

مركز النهرين للدراسات الاستراتيجية

هندسة العقل
دراسة في أساليب خداع الرأي العام

كراس النهرين
العدد(20)

كـــراس النـــهرين
العدد (٢٠)

www.alnahrain.iq
info@alnahrain.iq

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق ببغداد ( ) لسنة ٢٠٢٠

كراس النهرين

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق ببغداد ( ) لسنة ٢٠٢٠

مـــركـــز النـــهريـــن

للدراسات الاستراتيجية

قسم الدراسات السياسية

هندسـة العقـل : دراسـة فـي أسـاليب خداع الـرأي العام

م. د. حسن سعد عبد الحميد

١٤٤١هـ ٢٠٢٠م

الطبعة الاولى - بغداد - ٢٠٢٠

مركز النهرين للدراسات الاستراتيجية

تأسس في ١٧ حزيران ٢٠١٢

مهامه

اعداد الدراسات والبحوث في مجالات (السياسة، الاقتصاد، المجتمع، المعلوماتية، الامنية، العسكرية) على المستوى الاستراتيجي الوطني واصدار الدراسات التحليلية ذات العلاقة بتلك المجالات بالترابط مع مستجدات الساحة الدولية والاقليمية، لتكون رافدا لصناع القرار واعداد السياسات.

تنظيم الفعاليات العلمية والثقافية المتنوعة (مؤتمرات، ورش عمل، ندوات، محاضرات، حلقات دراسية) في مجالات الامن الوطني.

انشاء قاعدة بيانات توفر معلومات شاملة لدعم جهود التخطيط في كل الظروف بكفاءة وفعالية لخدمة الباحثين ومتخذي القرار في الحكومة العراقية.

بناء علاقات وتوثيق صلات التعاون مع المؤسسات والمنظمات والمراكز العلمية والبحثية المحلية والاقليمية والدولية بما يخدم مهام المركز.

تقديم

ظهر منهج هندسة العقل والتحكم بالجمهور والتأثير فيه في منتصف القرن الماضي، وعلى يد العالم النمساوي المعروف (ادوارد بيرنز) ، الذي تأثر بافكار (سيغموند فرويد) وطورها في مجال الاعلام والدعاية والسيطرة على الرأي العام.

ان هندسة العقل الجمعي والتحكم به تعني القدرة على التأثير على العقل الباطن واللاواعي للجمهور المستهدف به وخداعه، عبر مخاطبة حاجاته وغرائزه، والاعتماد على جملة من الأساليب والتكتيكات العلمية في عملية الخداع والتضليل، والمستندة على دراسة وفهم الابعاد النفسية والاجتماعية والسلوكية، فضلا عن تحديد التقنيات المناسبة بالتأثير من أجل تحقيق أهداف ومصالح محددة.

إذ أن عملية توظيف الاساليب القديمة والحديثة في التحكم بالعقل الجمعي للجمهور الهدف منها قصف فئة محددة برسائل استراتيجية واعلامية خاصة وتضليلها، والعمل على التلاعب بالحقائق والوقائع والمعلومات التي تصل إليهم، والتحكم في مضمونها وطريقة سياق تقديمها.

فالتلاعب بالرأي العام وخداعه يسعى لخدمة مصالح واجندات الجهة المستفيدة من التلاعب، في سعيها لخلق تقلبات نفسية واجتماعية للمواطنين، والتحكم بقراراتهم وتوجيهها بحسب الطريقة التي تبتغيها تلك الجهة.

وفي الآونة الاخيرة ومع تطور نظم الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ظهرت وسائل جديدة للتحكم بالجمهور وخداعه الكترونيا، والسعي نحو برمجة تفكيره رقميا وتطويعه، والعمل على اصطناع الاجماع الشعبي عبر تمرير افكار ومعتقدات معينة على أنها رأي وافكار المجتمع برمته، وعادة ما تستخدم اساليب الجيوش الالكترونية والذباب الالكتروني بهذا المجال وعبر تقنيات المنشورات والمدونات الرقمية، الاستطلاع الالكتروني، الصور المعززة بنصوص، فيديوهات مفبركة بحرفية، الاستدامة في النشر وباسماء وهمية مختلفة، الاعلانات والاخبار الممولة، كل ذلك يتم من خلال تحديد الفئة المستهدفة وتقسيمها جغرافيا، ديموغرافيا، نفسيا، سلوكيا، وخلق طوفان من الاخبار الكاذبة المصاغة جيدا وكأنها اقرب للحقيقة.

وبهذا الصدد يسعى هذا الاصدار الى تقديم اجابات وصفية تحليلية علمية حول الطرق والاساليب المتبعة في هندسة العقل والتحكم بالرأي العام، وبشقيها القديم والحديث، وعن الاسباب الكامنة وراء خداع الرأي العام، وكيف يتم كشف أساليب الخداع، وكيفية التميز بين أساليب هندسة الجمهور، وأساليب خداع الرأي العام، وأيهما الاسبق بالخديعة؟

أسئلة كثيرة واجابات ثرية.

علي ناصر بنيان

مدير عام مركز النهرين للدراسات الاستراتيجية

فهرس المحتويات

المقدمة

عندما خلق الله سبحانه وتعالى الأشياء التي حولنا، المنظور منها وغير المنظور، ميّز البشر بما لم يميز به أياً من مخلوقاته الاخرى، فقد خصهم تعالى بنعمتي العقل والتفكير، تلك النعم التي ساعدت الإنسان على إدراك العالم وفهم ما يجري حوله من ظواهر واشياء، والسعي نحو تطويعها وتسخيرها لصالحه.
من هنا انبثقت الأمم والشعوب والحضارات المختلفة، وتطور العلم، وزادت المعرفة بصورة تصاعدية لا تعرف التوقف، إذ تزايدت الاختراعات، ونمت بصورة مذهلة الاكتشافات العلمية في شتى ميادين العلوم والمعارف المتنوعة، والتي بدورها أسهمت في تحويل هذا الكوكب الواسع الى غرفة محدودة الملامح والابعاد.
ومع التنامي المستمر والحركي للمجتمعات وظهور الحكومات والدول، حرصت بعض الجهات (رؤساء، حكام، جماعات ضغط، اصحاب نفوذ، مفكرين وعلماء...) – وبغض النظر عن أهدافهم– إلى استكشاف عقل الإنسان في محاولة لاستغلاله والتحكم به وعلى نحو جماعي، لهندسة العقول والتحكم بها.
فالعقل البشري هو أخطر وأهم جزء في جسم الإنسان، فهو غرفة الفكر ومركز التحكم في اعضاء الإنسان، وكل ما يصدر عنه من حركات وتصرفات وسلوكيات وأقوال وأية نشاطات اخرى ما هي إلا ترجمة حرفية لأوامر العقل أو الدماغ، ومن هنا برزت نظرية التحكم بالاشخاص عبر العقول والسيطرة عليهم، والسبيل في ذلك هو الرأي العام، لكونه الوعاء الشامل الذي تتجمع به كل العقول والامزجة على اختلاف مشاربها، لذلك سعت الحكومات والدول المختلفة إلى الاهتمام المتزايد بالرأي العام وتأسيس مراكز ومؤسسات متخصصة به (المسح، القياس، الاستطلاع)، فضلاً عن هيئات اعلامية معنية بمناقشة القضايا التي تهم الرأي العام.
إن هندسة العقل وبرمجة تفكيره عن طريق التحكم بالرأي العام هو من أخطر الأساليب التي تواجه العقل البشري وأعقدها، إذ تسعى أساليب الهندسة تلك على اختلاف اشكالها إلى السيطرة على عمليات التفكير عند الإنسان والأليات الذهنية الخاصة به، سواء كان من العامة كمثقف، عسكري، فنان، شخص عادي...الخ، والسعي الى خلق نوع من النمطية في عقله وتحويلها إلى جهاز ذهني يحد من استيعابه، ويستجيب فقط للشعارات السياسية والمقولات الوطنية ذات الابعاد الشعبوية، وكل ذلك يتم عبر أساليب واستراتيجيات وقواعد تسهم في هندسة عقله أولاً ومن ثم ممارسة الهواية المفضلة وهي خداع الرأي العام عبر جملة

من الاستراتيجيات ثانياً.
ومن هنا تنطلق الفرضية الأساسية من فكرة مفادها أن إدارة مزاج الجماهير والتحكم به وضبط سلوكه هو من المسائل الاساسية التي تواجه الساسة وصناع القرار، لاسيما حين يواجهون معارضة لقراراتهم وسياساتهم، وفي هذه الحالة يلجأون الى تسويق تلك القرارات والسياسات بأساليب مقنعة أحياناً، وأخرى تعتمد على التزوير والتضليل والخداع المنظم للتأثير في الجمهور وكسب تأييدهم.
وفي سبيل إثبات والتحقق من تلك الفرضية سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وعن طريق تقسيم الدراسة إلى ثلاثة مباحث، يهتم المبحث الاول بالحديث عن موضوع الهندسة العقلية وطرق برمجة تفكيرها (مفهوماً، خواصاً، القواعد والاساليب)، في حين يركز المبحث الثاني على موضوع الرأي العام في نشاته وتطوره واستعراض أشهر الأساليب المتبعة في خداع الرأي العام وتضليله، اما المبحث الثالث والأخير فقد عالج موضوعاً مهماً وحيوياً وهو الرأي العام الالكتروني وكيفية تتم ممارسة الخداع فيه، ولينتهي المبحث بمطلب يحدد الظروف والأسباب والاجابات حول سؤال (لماذا يخدع الرأي العام؟)، لتنتهي الدراسة بالخلاصة والاستنتاجات.

المبحث الأول
هندسة العقل وبرمجة التفكير

إن هندسة العقل وبرمجة تفكير الإنسان عبارة عن نظام يسعى إلى تشويه دماغ الإنسان وتعكير صفوته، فضلاً عن برمجة تفكيره لكي تكون مهام تضليله سهلة وبالتالي يقوم الإنسان بتقبل أشياء هي في الأساس تتعارض مع مبادئه نتيجة لذلك التشويه الذي اصاب ذهنه، فيفقد الاتصال بالواقع والحقيقة، وتختلط عليه الوقائع والاوهام، ولتبدو له الأولى مكان الأخيرة والعكس صحيح.
وفي سبيل ايضاح هذه الفكرة والتشعب في ثناياها الدقيقة قُسم المبحث الى جملة من المطالب ذات العلاقة بموضوع المبحث.

المطلب الأول
ماهية هندسة العقل

هندسة العقل، السيطرة على الفكر، هي من المفاهيم المثيرة للاهتمام في مجال العلوم الإنسانية عامة، والعلوم السياسية على وجه التحديد، إذ تخلق عند سامعيها حالة من الاضطراب والخوف وعدم اليقين، حيث يفهم في كونه نوعاً من التلاعب الفكري بالفرد والجمهور، وتحويل نمط تفكير العامة الى روبوت آلي يستجيب للأوامر ويعتقد انها قرارات تمثل الإرادة الحرة للشخص المنفذ.
إذ إن إعادة تشكيل العقل ونمط تفكيره هي ممارسة يومية ومستمرة تخطط وتمارس من طرف جهات عدة، كان تكون سياسية، دينية، أمنية .....الخ، وتتجسد بصورة قرارات، قواعد، استراتيجيات، للتلاعب بمعارف الناس لخدمة اهدافها، ولعل هذا الوصف مقارب إلى ما ذهب اليه (والتر ليبمان[1]) في كتابه عن الرأي العام بالقول « إن هندسة العقل هي نظرية صنع الموافقة لدى الجمهور، وهي رياضة سياسية مستمرة بلا هوادة لتشكيل عقل الشعب

(١) والتر ليبمان كاتب ومراسل وصحفي أمريكي شهير، ويعد أول من قدم مفهوم الحرب الباردة للعلن، وصاغ مفهوم الصورة النمطية بالمعنى النفسي، ويعد كتابه الرأي العام بمثابة البنية التأسيسية في الدراسات الاعلامية الامريكية، واحد أبرز الابحاث في مجال الاتصال الجماهيري.

الامريكي))، فالسياسي ورجل الدولة احياناً إذا تمكن من تعلم كيفية تشكيل عقل الناخبين بما يتفق مع أفكاره الخاصة حول السياسة والسلطة، الديمقراطية والرفاهية العامة،الاقتصاد والوظائف العامة والأمن، ستكون له معرفة في كيفية التأثير في الرأي العام مستقبلاً، لأن طريقة التأثير في العقل الجمعي نظرياً قد تاتي من ذلك أو عن طريق كتيبات علمية تشرح تعقيدات الوضع العام في البلد، وكيف يتم
تلبية شروط العقل العام على وفق تلك التعقيدات عن طريق خلق ظروف تساعد على تدريب الفكر الجمعي، وإضفاء الطابع الدرامي على الشخصيات الممارسة لهندسة العقل، وهو ما سنوضحه اكثر تباعاً .
في الحقيقة لا نبالغ إذا قلنا إن محاولات السيطرة على العقل هي مسألة قديمة قدم إدراكنا لكل منا لعقله الخاص به الذي منحنا إياه الله سبحانه وتعالى، فعلى مر التاريخ اكتسبت نظرية السيطرة على العقل مسميات عدة هدفها المشترك السيطرة على أفكار الأفراد والتحكم بسلوكياتهم وتصرفاتهم، والسعي نحو برمجة تفكيرهم والتلاعب به وتسييره وفق الطريقة التي تريدها الجهات المتحكمة[١].
أن هندسة العقل هو علم وفن التحكم بالشعوب والجماهير، هو علم لأنه يستند إلى قواعد وأصول خاصة، وهو فن لأنه يعتمد على المهارة في التوظيف والاداء، فهندسة العقل علم يستهدف العقل الباطن الذي تخزن فيه الذكريات والمشاعر المتراكمة لدينا طوال حياتنا، إذ يقوم على قواعد وتكتيكات نابعة من مجموعة من الدراسات والابحاث والتجارب قام بها مجموعة من علماء النفس والاجتماع وعلم الاعصاب، لدراسة عقل الإنسان ووضعه تحت تصرف المؤسسات.
إذ تشير بعض المعلومات التاريخية إلى أن نشأة برامج هندسة العقول تعود الى ثلاثينيات القرن الماضي وتحديداً في عهد ألمانيا النازية، إذ قامت النازية في تلك الحقبة التاريخية بفتح العديد من معسكرات الاعتقال آبان الحرب العالمية الثانية، وتم احتجاز كل من يخالف توجهات هتلر داخل تلك المعتقلات (معارضين سياسيين، منشقين، أسرى حرب الحلفاء، بعض اليهود)، وبدأ العلماء النازيون باجراء تجارب واختبارات متنوعة عليهم في المجالات العلمية والطبية والنفسية، فضلاً عن التركيز في بعض التجارب على السلوك الإنساني وكيفية التحكم به من الناحية النفسية والجسدية لصالح تحقيق أهداف النظام النازي

(١) ماري د. جونز ، لاري فلاكسمان، حروب العقل تاريخ سيطرة الحكومات والإعلام والجمعيات السرية على العقل ومراقبته وإدارة شؤون الناس، ت:١ نور الدائم بابكر أحمد، ط١، مكتبة عبيكان، ٢٠١٧م، ص ١٦، ص ١٧ .

الالمانـي.
وبعـد إنتهـاء الحـرب العالميـة الثانيـة وانتصـار الحلفـاء فتحـت تلـك المعتقـلات والاطـلاع علـى اسـرار البرنامـح النـازي للتحكـم بعقـول المحتجزيـن والمعتقليـن، وتـم أسـر العلمـاء الألمـان المتخصصيـن بتلـك البرامـج، ليتـم نقلهـم لاحقـاً الـى العمـل بمراكـز ابحـاث سـرية فـي الولايـات المتحـدة الامريكيـة وروسـيا وبريطانيـا وفرنسـا بعـد أن وضعهـم بيـن خياريـن أمـا المـوت أو العمـل لصالـح تلـك الـدول فـي مجـال تطويـر أسـاليب التحكـم النفسـي وبرامـج غسـل العقـول، وكان ذلـك مقابـل توفيـر الحمايـة لهـم ولعوائلهـم، وكان الهـدف مـن ذلـك أساسـاً تجنيـد الجواسـيس والسـيطرة علـى نمـط تفكيـر الجماهيـر.
وفـي مطلـع الخمسـينيات وحتـى أوائـل السـبعينيات كانت وكالـة المخابـرات المركزية الامريكيـة منهمكـة فـي إجـراء البحـوث وتطويـر الأسـاليب الخاصـة بالسـيطرة علـى العقـل، والعمـل علـى إنتـاج برامـج وقواعـد تسـهم فـي إلغـاء شـخصية الفـرد عبـر سلسـلة مـن الممارسـات تفضـي إلـى برمجـة شـخصيات تكـون مهووسـة بأفـكار معينـة[١].
وكشـفت إحـدى وثائـق جلسـات الاجتمـاع التـي عقدهـا مجلـس الشـيوخ الامريكـي والتـي يعـود تاريخهـا الـى عـام (١٩٥٥م) ، إلـى أن البرامـج المتبعـة مـن قبـل وكالـة المخابـرات المركزيـة الامريكيـة حـول هـذا المجـال تسـعى الـى تغييـر عقـل الإنسـان وطبيعـة سـلوكه ونمـط تفكيـره، ومنهـا مـا يعـرف ببرنامـج (M.K. ULTRA)[٢]، إذ تهـدف تلـك المشـاريع والبرامـج الامريكيـة الـى: [٣]

١. إنتـاج مـواد تهـدف إلـى تعزيـز التفكيـر غيـر المنطقـي، وتجعـل متعاطيهـا منبـوذاً مـن المجتمـع.
٢. ابتكار مواد تؤدي إلى تشويش الذهن وخفض معدلات الطموح.
٣. تقديـم مـواد تـؤدي الـى الشـيخوخة المبكـرة وتعطيـل المـدة اللازمـة لبلـوغ سـن الرشـد.
٤. التلاعب بخيارات الأفراد وتحديد أيهما الأصلح بالنسبة للسلطة.

مـا نريـد أن نقولـه إن الحديـث عـن هندسـة العقـل هـو كلام حقيقـي وواقعـي ولا يسـتند إلـى فرضيـة نظريـة المؤامـرة، فهـي محاولـة للتأثيـر فـي مجمـل السـلوك

(١) ماري د. جونز، لاري فلاكسمان، مصدر سبق ذكره، ص ٥٨ .
(٢) وهو أحد أهم البرامج الامريكية والمعتمد في وكالة المخابرات الامريكية للسيطرة على العقل، والذي يتضمن العديد من المشاريع الفرعية ويحمل كود خاص به وهو (مشبك الورق)، وهو اصطلاح خاص لتوظيف العلماء النازية فيه في مجال بحوث السيطرة العقلية.
(٣) ماري د. جونز، لاري فلاكسمان، مصدر سبق ذكره، ص ٦٧، ص ٦٨ .

الجمعي للأفراد ونمط حياتهم، إذ يسعى مهندس العقل إلى تعزيز سلوك الأفراد من أجل الوصول إلى الهدف الذي يرنو إليه عبر أساليب الهندسة العقلية، والتي في الغالب لا تبتعد عن تحقيق الاهداف الآتية:

كسب ثقة الجمهور عبر الخداع والتحايل عليه، فالمهندس العقلي يقوم حصرياً بتزويدك بالمدخلات المراد ترسيخها وتمريرها الى دماغك وفكرك بصورة تدريجية وببطء، والعمل على إيهام الفرد بان تلك المدخلات هي في الواقع فكرك الخاص، وبالتالي فان معالج البيانات الخاص بك وهو الدماغ سيتوقف عن التفكير والتحليل وامكانية الاعتراض أو النقد.

التشويش على الأذهان والعقول الجمعية، وادخال الشك في نفوس الجماهير عبر توجيههم نحو نمطية محددة من التفكير التي تريدها المؤسسات.

احتواء الجماهير وتوجيهها صوب دعم سياسات الدولة وقراراتها.

الهيمنة على العقل والوعي الجمعي، وخنق الإنتاج الفكري والروح الابداعية أن وجدت، والتحريض على العقل الناقد.

إنتاج عقول جمعية نمطية التفكير غير قادرة على رؤية حقيقة المشكلات المجتمعية التي تحيط بها.

خلق لغة التعميم في إطلاق الاحكام وعلى نحو يتلاءم مع رؤى وتوجهات المهندس العقلي.

السيطرة على عقل العامة واشغالهم بتفاهات الأمور، والسير في دوائر فارغة من المشكلات في ظل حلول خشبية غير مجدية.

المطلب الثاني: الخواص العقلية والنفسية للإنسان

يتحكم بالإنسان ونمط تفكيره جملة من الخصائص والخواص المتنوعة، وعن طريق هذه الخواص المتعددة تسعى وسائل الاعلام وأجهزة الدعاية ذات التأثير السياسي إلى استغلالها وتهجينها والتحكم بها في محاولة للسيطرة على عقول الجماهير وبرمجة تفكيرهم، ومن هذه الخواص:

١. الترميز

يقصد بعملية الترميز تحويل المعلومات إلى الشكل الذي يساعد الفرد على حفظ هذه المعلومات وذلك بوضعها في كود معين وتحويلها إلى رمز ما محدد يقابل المعلومة ويعبر عنها عند اللزوم، فالترميز يتضمن تحويل المعلومات الحسية كالصوت أو الصورة إلى نوع من الشفرة الذي تقبله الذاكرة، ذلك أن تسجيل المعلومات الواردة لا يعني تسجيلها كما هي، فكثيراً ما يتضمن الترميز تجميلاً للمادة أو ربطاً لها بالخبرات السابقة على شكل صورة أو بطاقة أو أي

شيء آخر وذلك حتى نستطيع أن نسترجع هذه المعلومة فيما بعد[١].
إن صناعة الرمز أو التفكير باستخدامه هي حالة اساسية وجوهرية في عملية التفكير والاتصال بالآخرين بوجه عام، فتبسيط الظواهر وحل المشكلات بصورة رموز تكون ممكنة إذا ما كان بالامكان اعتمادها بصيغ تفاهم مع الأفراد، فالعقل الإنساني لجأ إلى صناعة وتكوين وخلق الرموز كحالة حتمية لتنظيم التجارب الإنسانية بصورها المتعددة والمبسطة، كي يسهل عليه تبويبها وخزنها وتذكرها[٢].
وتختلف مدلولات الرمز واهدافه باختلاف الحضارات والثقافات، فعلى سبيل المثال نجد مثلاً كلمات الديمقراطية، الحرية، العدل، تختلف مدلولاتها من مجتمع إلى آخر، وبالتالي فإن إختلاف العادات والتقاليد والآيديولوجيات قد تؤدي إلى صعوبات كثيرة في التفاهم بين جماعة وأخرى أو فرد واخر، فكل حضارة رموزرها العامة التي تؤسس الخلفية والحدود لمدلولات التفكير لكل فرد من أفراد الجماعة في عصر من العصور[٣].
وتتمثل هذه الرموز العامة في العبارات والاشياء والاشخاص الذين تحيطهم الجماعة بالتقديس والاحترام مثل (الأضرحة المقدسة، رجال الدين، علماء بارزين، بعض العادات والتقاليد....الخ) ، وهذه الرموز قد تفقد قيمتها إذا فقدت احترام الجماعة لها، لتتخذ بعض الجماعات الصغيرة رموزاً خاصة جديدة بها.
إن علاقة الرمزية بالموضوع المبحوث يتجسد في الارتباط النوعي بين الرمز وطريقة تفكير الأفراد والمصحوبة بقيمة عاطفية كبيرة لدى مستخدميها[٤]، ومن هنا فإن الأدوات الاعلامية واجهزة الدعاية السياسية تعي ذلك جيداً وتستخدم تلك الرموز بمهارة من اجل إثارة الاستجابة العاطفية للجماهير لما يصدر عنها من قرارات وسياسات وبرامج، واستغلالها على نطاق واسع لاستثارة

(١) ألفت حسين كحلة، علم النفس العصبي، ط١، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، ٢٠١٢م، ص ١٢٠، ص ١٢١ .
(٢) خذ مثلًا الارقام والصور واللغة والتصورات ما هي الإ رموز ابتدعها العقل الإنساني في تعاملاته وتجاربه اليومية، فهي جزء اساس من المخيال الثقافي والاجتماعي للمجتمعات البشرية لأجل خلق ايحاء فكري وذهني مقصود لخلق علاقة ما أو دلالة لشيء معين وباستخدام الرمز، كاستخدام غصن الزيتون للدلالة على السلام، أو الميزان للدلالة على العدالة. وحول هذه الموضوع انظر إلى:
حسن سعد عبد الحميد، توطئة في دور البعد الرمزي في السياسة العامة، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ٢٠١٦م، مقالة منشورة، http://democraticac.de\?p=٣٩٨٨٣
(٣) مختار التهامي، عاطف عدلي عبد، الرأي العام، ٢٠٠٥م، ص ٧٣ .
(٤) لاحظ القيمة العاطفية المصاحبة لكلمات بلاد الرافدين، ما بين النهرين، العراق العظيم، أسود الرافدين، مكة المكرمة، المدينة المنورة، كربلاء المقدسة، القدس الشريف. كما لاحظ الرمزية التي اعتمدتها النازية (الصليب المعقوف، السلام النازي، الزي الرسمي،التحية النازية) ، كادوات لخلق القيمة العاطفية الرمزية لدى الألمان حول النازية.

الجماهير على النحو الذي تريده، ومن دون الاغراق في توظيفها واستخدامها، لان الاغراق في التوظيف والاستخدام الواسع والمكرر سيفقدها كثيراً من قيمتها وأثرها لدى الجماهير[١].

٢. التنميط

النمط في الحقيقة ما هو إلا رموز تستخدم على نطاق واسع في عملية تشكيل وتكوين الرأي العام، إذ تصبح الأمثلة والشعارات والجمل والاغاني والصور والتماثيل رموزاً عامة متداولة في المجتمع، والنمط الذي نقصده هو جماعة من الناس أمرهم واحد.

إن استخدام الانماط في عملية التفكير ضرورة يلجأ إليها العقل لتبسيط وتخزين المعلومة وتنظيمها واسترجاعها عند الحاجة، وتغيير الانماط عادة عن مجموعة من الافكار السابقة المكتسبة من حضارة الجماعة والتي جمدت عبر الزمن، وإن الذي يعنينا بهذا الصدد بصفة خاصة الانماط الشائعة التي تستخدم في مجال ابداء الرأي للاشارة إلى جماعات أو أمم معينة أو طابع معين من الاشخاص أو الشخصيات أو الثقافات والافكار.

وتتضح خطورة هذه الخاصية العقلية في ظاهرة تصنيف الجماعات أو الأفراد الغرباء عنا طبقاً للانماط الجامدة، ومعاملتهم على اساس تلك النمطية لا على اساس الحقيقة المكتسبة من المعرفة والتجربة الشخصية، أي استخدام بعض الصفات والامثال الشعبية أو العبارات والتي تستخدم في غير موضوعها في وصف بعض فئات المواطنين[٢]، وخلق نوع من التفكير الذي يتبعه بعض الاشخاص اعتماداً على الأفكار الجاهزة المقولبة[٣].

والجدير بالذكير أن الحركة الصهيونية استطاعت وبنجاح من توظيف هذه الخاصية في تضليل الرأي العام العالمي وخداعه عبر الترويج لانماط سيئة عن العرب عامة والفلسطينيين خاصة في الصحافة، التلفاز، السينما، وحصرهم ضمن قالب نمطي اسمه الارهاب والارهابيين والقتلة، وكونهم محدودي الثقافة متخلفي الفكر، وعبر اتباع أساليب تتسم بسهولة التذكر والترويج، وسهولة نقلها بين المواطنين.

(١) المصدر نفسه، ص٧٣، ص ٧٤.

(٢) انتبه الامريكيين حول مدى خطورة هذا السلاح وانتشاره على الساحة الامريكية أبان الحرب العالمية الثانية، فاهتمت لجنة محاربة الكراهية والعنصرية التابعة لهيئة التعبئة الحربية للكتاب الامريكيين زيادة في دور الكتاب الامريكيين في الترويج للانماط العنصرية وتحبيذ استخدامها للتفرقة العنصرية ضد السود والبيض عن وعي او بدونه، وبالتالي تكون في خدمة اغراض الدعاية النازية التي كانت تسعى للتفرقة وإثارة الفتنة بين الاقليات الاجنبية وإثبات نظرية التفوق العنصري.

(٣) مختار التهامي، عاطف عدلي عبد، مصدر سبق ذكره، ص ٧٥ وما يليها.

٣. التجسيد

يعد التجسيد من الخواص الملازمة لعملية التفكير، فافتقار الإنسان إلى نموذج الفكر والتفكير وعدم التمرن عليها فانه يلجأ إلى تجسيد قوى الطبيعة كآلهة وشياطين، وقد يكون التجسيد هائلاً وواسعاً ومتعدداً ليشمل كل احتياجات الإنسان كالخصوبة، الزراعة، الحرب، الفيضان، الامطار، السعادة، الوفرة، العدل...الخ. ذلك الأمر نجده لدى الإنسان حاصلاً في ظل العصور القديمة، أما في عصرنا الحديث فنجد وسائل الاعلام وخبراء الدعاية والفنانين ورسامي الكاريكاتير والرسوم المتحركة يستغلون خاصية التجسيد استغلالاً بارعاً لإثارة العواطف والانفعالات لتجسيد المواقف والقضايا إزاء حالة سياسية معينة.

٤. التبرير

في كثير من الاحيان يلجأ الإنسان إلى نوع لا شعوري من الوان خداع النفس عن طريق تفسير بعض اشكال التفكير والسلوك غير المنطقي وغير السوي الذي يقدم عليه الإنسان في ضوء أسباب مقبولة اجتماعياً بغض النظر عن الأسباب والدوافع الحقيقية, والسبب في ذلك كما يراه المختصون في مجال علم النفس هو حاجة الإنسان إلى إسكات ضميره للتخلص من القلق والصراع النفسي والإحباط ولو بخداع نفسه على حساب الحقيقة، إذ يسعى الإنسان جاهداً إلى تقديم الأسباب والادلة والحجج ضمن الخصوصيات التي يؤمن بها، والعمل على اختيار البديل المتاح له ضمن الاعتقاد الذي يراه صائباً لنفسه[١].

وبقدر تعلق الأمر بالموضوع المبحوث نجد ان رجال السياسة والدعاية بصورة عامة بارعين في استخدام هذه الخاصية لكسب الجماهير وخداعهم عن طريق إشاعة سيل من التبريرات القوية بدلاً من توضيح الأسباب الحقيقية وراء قضية معينة أو إجراء ما.

فالتبرير كخاصية يعد تفسيراً لكثير من ألوان التناقض التي نصادفها في واقعنا سواء في سلوك الأفراد والجماعات أو الدول، كما هو الحال بالنسبة الى هتلر في تبرير اعمال عنفه، وبالنسبة لاسرائيل في تعاملها مع الفلسطينيين، أو تبريرات تفوق العرق الابيض على الزنوج والملونين عامة[٢].

٥. الإبدال أو التحويل

الإبدال أو التحويل هي عملية لا شعورية يلجأ إليها العقل عندما يجد عائقاً في موضوع معين، إذ يتحول إلى موضوع آخر يغلب به الموضوع الأول، فمثلاً

(١) صاحب عبد مرزوك الجنابي، علم النفس المعرفي، ط١، دار اليازوري العلمية، ٢٠١٩م، ص ٣٠٩.
(٢) للمزيد أنظر إلى: مختار التهامي، عاطف عدلي عبد، مصدر سبق ذكره، ص ٧٨.

كراهية الابن لسلطة الأب قد تحوله إلى كراهية لسلطة المدرسة فيهرب منها، وإلى كراهية لسلطة المجتمع والقانون، وهذا الإبدال والتحويل لا يكون على نطاق الفرد فقط، وإنما قد يمتد إلى نطاق الجماعة، فيستغلها السياسيون ورجال الدعاية في تحويل اتجاهات الرأي ولا سيما في اوقات الأزمات، كتحويل السخط إزاء البطالة إلى المهاجرين مثلاً أو إلى نظرية المؤامرة الخارجية بعيداً عن الأسباب الحقيقية(١).

٦. الإسقاط

يقصد بالإسقاط هو التفسير المصطنع، أي تفسير أعمال الآخرين بحسب ما يجري في نفوسنا، فالجاهل يتهم الناس بالجهل، والسارق يتهم الكل بالسرقة، أي وسم الناس بحسب الفصيلة القيمية التي ينتمي إليها الفرد، لذا ينسبها لغيره ويبرئ نفسه منها، والإسقاط هنا يتسم بانعدام النظرة الموضوعية للأمور وإشاعة التحيز.

فالسلطة التي ترفض الاعتراف باخطائها فإنها تنسب تلك الاخطاء إلى المعارضين لها أو الجهات الخارجية التأمرية، مثل تهمة الإرهاب التي تطلقها الولايات المتحدة الامريكية على الجميع من اجل خلق رأي عام دولي مقولب قوامه أن الولايات المتحدة الامريكية هي المسؤولة فقط عن مكافحة الإرهاب والعنف حول العالم، وكل ما يخالفها فهو إرهابي(٢).

٧. التعويض

يلجأ العقل البشري إلى خاصية التعويض كحافز لتجاوز المحن واسباب اليأس والاحباط التي ألمت به، فالعقل يلجأ للتعويض المقرون بالصمود والثقة بالنفس للهروب من واقع الاضطهاد الداخلي والخارجي، والشعور بالرضا النفسي ورفع الروح المعنوية له، وهذه الحالة كانت حاضرة وبقوة ومجسدة في صمود الشعب الياباني بعد الحرب العالمية الثانية وما تعرض له من قصف نووي في هيروشيما وناكازاكي، فوجد الشعب الياباني ضالته في العلم والمعرفة للتعويض عن الهزيمة والخسارة التي لحقت بهم في الحرب، لتصبح اليابان لاحقاً بفضل تطورها العلمي والتقني احد أقوى اقتصاديات العالم ومصدر قلق حقيقي لاقتصاد الولايات المتحدة.

٨. التطابق

(١) مختار التهامي، عاطف عدلي عبد، مصدر سبق ذكره، ص ٨٠. وايضاً أنظر إلى : سامية أبو النصر، الاعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة، ط١، دار النشر للجامعات، القاهرة، ص ٢١٢.
(٢) سامية أبو النصر، المصدر نفسه، ص ٢١٢.

يلجأ الفرد احياناً الى الجنوح نحو خاصية التطابق مضطراً كطوق نجاة له من اضطهاد الجماعة أو السلطة الديكتاتورية له في حال لم يتطابق موقفه ورأيه مع اتجاهات تلك الفئات ومزاجها العام في التفكير. فالفرد عادة ما يسعى إلى البحث عن السلامة والبقاء والنجاة بحياته عبر التعبير عن اتفاقه مع رأي السلطة حتى لو خالف رأيه الحقيقي وقناعاته الشخصية، كي لا يتعرض للملاحقة والاتهام بالتطرف او الخيانة أو غيرها من القوالب والتهم الجاهزة.

المطلب الثاني
قواعد وأساليب هندسة العقول

في الواقع هنالك عدد من القواعد والأساليب الخاصة بهندسة العقول وبرمجة تفكيرها، إلاّ أننا سنقتصر بالحديث عن تلك الخاصة بالجماعات والجماهير، ولا تتضمن موضوع هندسة العقول المتخصصة في مجال الأفراد (التجسس، التجنيد، العملاء) ، لأن هذا الموضوع يحتاج إلى قسم خاص وإصدار منفرد لوحده.

وعلى الرغم من ذلك توجد العديد من الأساليب التي تستخدم لهندسة عقول الجماعات والسيطرة عليها نفسياً وفكرياً والتي يمكن أن نوجزها في:

١. أسلوب صناعة القائد الملهم (الضرورة)

يقصد بالقائد الملهم هو الشخص الذي تحكى عنه القصص والاساطير التي تمجد بطولاته وشجاعته وحكمته، وهو الرمز الذي تتعلق به الجماهير من باب الاعجاب أو من باب الخوف منه، إذ إن أسلوب رسم القائد الضرورة الملهم في ذهنية الأفراد يكون كمؤمن خاشع أو رياضي نشيط، قائد عسكري قوي في ساحات الحرب، ورجل كريم عطوف في أثناء زياراته الميدانية لتفقد احوال الفقراء والمواطنين، وكل ذلك يجري بخطة اعلامية دقيقة على الرغم من أن ذات الشخص هو سارق وجاهل وديكتاتوري مستبد بمواطنيه.

إذ يتم تقديم القائد الضرورة على انه شخصية تمتلك رؤية واضحة نظراً لتجاربه السابقة، فهو قادر على الابداع في الماضي وفي الحاضر الذي يعيشه، ولديه رؤية وتنبؤ صائب للمستقبل بكل تحدياته وغموضه.

فهذه الضرورة والالهام المصطنع للقائد يتم تمريرها للجماهير بعدها عناصر لصيقة بالقيادة وفي جيناته ان جاز الوصف والتعبير، إلى جانب الصفات

الآتيـة:[1]
اذا قال القائد قال الشعب.
للقائد الضـرورة عبقريـة نـادرة فـي عـلاج المشـكلات المجتمعيـة واختـراع البدائـل والحلـول الصحيحـة.
إن وجود القائد الملهم ضرورة لعلاج المشكلات لا غيره.
لديه حضور ونشاط يمنحه سلطة الإبداع في العلاج.
ممثل عظيم في طريقة عرض أفكاره واقناع الجمهور بها.
شخص شجاع يعتمد عليه اوقات الازمات.
هـذه الصفـات يتـم قولبتهـا صوريـاً واعلاميـاً وبطريقـة مدروسـة وعرضهـا للجمهـور مـع إضفـاء هالـة مـن القدسية عليهـا، لتكـون بحـد ذاتهـا مدعاة لخلـق الالهـام للجماهير وتحقـق الـولاء للقائـد الملهم.

٢. أسلوب الشراء

ونقصـد بهـا سياسـة شـراء ذمـم النخـب والأفـراد الذيـن قـد يشـكلون تهديـداً للسـلطة وطريقـة الحكـم فيهـا، كأليـة للتحكـم بالمجتمعـات والجماهيـر، وعـادةً مـا يكـون أسـلوب الشـراء عبـر الإغـراءات الماليـة والوظيفيـة للنخـب وتمكينهـا مـن الظهـور اعلاميـاً بشـكل واسـع لتتحـول مـن نخـب عامـة الـى نخـب تابعـة مبرمجـة لدعـم السـلطة وطريقـة أسـلوبها بالتعاطـي مـع أبنـاء المجتمـع.

٣. أسلوب الاغراق

وهـي استراتيجية لاغـراق المجتمعـات والشـعوب المسـتهدفة بالمناسـبات والاحتفالات والعطـل الوطنيـة والقوميـة، التـي تسـبب حالـة مـن النسـيان أو التخديـر لمـا يعانيـه المجتمـع مـن مشـكلات وظـروف صعبـة، إذ يتـم اسـتغلال هـذه المناسـبات لعـرض صـور الحـكام وبشـكل منسـق مـع الاغانـي والاهازيـج الوطنيـة والشـعبية بهـدف ترسـيخ صـورة الحاكـم فـي اذهـان الاجيـال، والتأكيـد علـى الحتميـة التاريخيـة التـي تنـص علـى أن الحاكـم هـو الوطـن والوطـن هـو الحاكـم.

٤. أسلوب التجهيل

يسـتند هـذا الأسـلوب فـي العمـل إلـى فرضيـة أن التعليـم فـي البـلاد متكـون مـن قسـمين، **الاول** \ تعليـم موجـه للشـعب ومـن سـماته أن يكـون التعليـم عاديـاً، نمطيـاً، متراجعـاً، تلقينيـاً، غيـر منضبـط، متخلـف، لا يواكـب التطـور، **والثانـي** \ تعليـم نخبـوي موجـه لأبنـاء النخـب والمسـؤولين ومـن سـماته ان يكـون تعليمـاً متقدمـاً،

(١) منـال احمـد البـارودي، علـم استشـراف المسـتقبل، ط١، المجموعـة العربيـة للتدريـب والنشـر، القاهـرة، ٢٠١٩م، ص ١٠٦.

نقدياً، هادفاً، حديثاً وعصرياً، ويراد لاصحاب هذا النوع من التعليم أن يكونوا في يوم من الايام من الطبقة الحاكمة.

ان السبب في انتهاج هذا النوع من الأسلوب هو لخلق فجوة معرفية عميقة بين فئات المجتمع، وصياغة العقول على وفق ذلك، طبقة قائدة وطبقة منقادة، كما قد يستخدم هذا الأسلوب في نشر الشك والخداع وعدم اليقين بالمعرفة نتيجة عرض معلومات متضاربة وتأصيلها بالشك بالعقل اللاوعي، والجهل هنا يصبح قوة يجيد رجال السياسة والاقتصاد توظيفها وتحويل الجماهير إلى مجموعة من القطيع وتحريكها بكل سهولة(١).

٥. أسلوب الشعور الذاتي بالذنب

يطبق هذا الأسلوب في المجتمع أما عن طريق التعليم أو عن طريق وسائل الاعلام المختلفة بهدف خلق أزمة داخل أبناء المجتمع قوامها أن الجماهير هم المسؤولون عن تدهور احوال البلد وتعاسة احوال المواطنين، وأبعاد هذه التهمة عن السلطة أو النظام السياسي الحاكم، وعادةً ما ينحى هذا الأسلوب بعداً دينياً في تغليف الموضوع والايحاء بأن عدم صفاء النفوس والحقد الشائع بين فئات المجتمع الواحد بعضهم على بعضهم هو السبب بتردي الأحوال، وإن الله قد سلط عليهم غضبه نتيجة ذلك. ففكرة هذا الأسلوب هو خلق حالة من الاحباط المقرون بالانكسار واجبار المواطنين بالاستسلام والقبول بالوضع القائم(٢).

٦. أسلوب الاعتداء العاطفي

تعمل هذه القاعدة على إغراق المجتمع بكم واسع من المواقع والمواضيع الجنسية والاباحية وإشاعة الانحدار الاخلاقي في علاقات محرمة شاذة عن الآداب العامة والسلوك القويم، ونشر البارات والملاهي ومراكز الرهانات، والسماح بانتشار المخدرات من دون الحد منها، وتقديم المرتشين والفاسدين والقتلة بهيئة رموز المجتمع وإضافة هالة من القداسة والوقار عليهم، ويكون ذلك عبر وسائل الاعلام المختلفة والتي عادةً ما تكون مدعومة وممولة من ذات الشخصيات الفاسدة والمجرمة.

قد يتساءل احدهم عن جدوى انتهاج هذا الأسلوب في مجال هندسة العقول؟

في الحقيقة إن هدف هذا الأسلوب هو طمس العقل الجمعي المستهدف لاغراقه في الشهوات الجنسية وتعاطي المخدرات، والقبول بالقيم السائدة المشار إليها أعلاه كقيم عصرية بدلاً عن التفكير النقدي والذاتي للنفس، وتوجيه الأنظار

(١) ظافر مراد، التسويق السياسي وخداع الجماهير، مجلة الجيش، عدد٢٨٧، السنة ١٣٢١، لبنان، ٢٠١٦م، ص ١٩١.
(٢) المصدر نفسه، ص ١٩١.

للنظـام العـام الحاكـم فـي المجتمـع.

٧. أسلوب خلق المشكلة وتقديم الحلول

يستخدم هـذا الاسـلوب عندمـا تريـد السـلطة تمريـر بعـض السياسـات والقـرارات التـي لا ترضـي شـعوبها ومجتمعاتهـا، فتقـوم السـلطة هنـا بخلـق مشـكلة معينـة فـي المجتمـع، كأن تكـون هـذه المشـكلة أمنيـة وتجاهـل الخروقـات الأمنيـة وزيـادة الجرائم فـي المجتمـع، وسـبب ذلـك يعـود إلـى اجبـار العامـة علـى دعـوة السـلطة لفـرض مزيـد مـن القيـود الأمنيـة التـي قـد تمـس المجتمـع وحريتـه، وهـو بالـذات مـا كانـت تريـده السـلطة لتمريـر بعـض السياسـات والقـرارات فـي ظـل تلـك الازمـة[١].

٨. أسلوب تزوير التاريخ

(المنتصـرون يكتبـون التاريـخ) ، مـن هنـا تنطلـق فرضيـة هـذا الأسـلوب فـي العمـل عبـر تزويـر الوقائـع والاحـداث التاريخيـة سـواء كانـت احداثـاً تاريخيـة وطنيـة أو قوميـة أو حتـى حزبيـة أو شـخصية، وعـن طريـق الاسـتعانة باشـخاص يكتبـون التاريـخ بطريقـة مـزورة منسـجمة مـع المـزاج الفكـري والايديولوجـي للجهـة التـي كلفتهـم بذلـك، والعمـل علـى اظهارهـم كأبطـال وطنييـن ذوي تاريـخ نضالـي كبيـر، اصحـاب قيـادة ذكيـة، ويقـدم ذلـك للاجيـال عبـر المناهـج التعليميـة والتسـليم بهـا كقاعـدة حقيقيـة لا منـاص منهـا.

٨. أسلوب التفضيل

هـو أسـلوب قائـم علـى تعزيـز وتقويـة النظـام الطبقـي وغرسـها فـي المجتمـع، وإن الفئـات الاجتماعيـة الدنيـا لا يحـق لهـا الاختـلاط او الحديـث مـع مـن هـم أعلـى طبقـة منهـا علميـاً، نفسـياً، ماديـاً، ويتـم تربيـة الاجيـال عليهـا باسـتمرار، وشـهدنا ذلـك فـي عهـد العصـور المظلمـة فـي اوروبـا وعهـد الاقطاعييـن، رغـم ان الجـذور التاريخيـة لهـذا الأسـلوب يعـود إلـى عهـد فرعـون.

٩. أسلوب القولبة والتصوير

وهـو أسـلوب قائـم علـى صناعـة قوالـب تحددهـا الدولـة التـي تطبـق برنامـج هندسـة العقـول، إذ يتـم ترتيـب وتصنيـف تلـك القوالـب وفقـاً للشـروط التـي يضعهـا اصحـاب المشـروع ليتـم تطبيقهـا علـى فئـات المجتمـع. أي أن الشـخص الجيـد والصالـح هـو مـن تنطبـق عليـه المواصفـات التـي وضعتهـا جهـات القولبـة، والاشـخاص الذيـن لا تتطابـق عليهـم تلـك المواصفـات هـم المواطنيـن المتمرديـن الخارجيـن عـن القانـون، وبالتالـي تكـون طريقـة سياقة التهـم لهـم جاهـزة.

إن القولبـة هنـا تعتمـد بدرجـة كبيـرة علـى وسـائل الاعـلام والاتصـال الجماهيـري

---

(١) ظافر مراد، مصدر سبق ذكره، ص ١٩١.

لتصنيع صورة نمطية سلبية مبنية على التشويه المتعمد للحقائق والتعميم المفرط، والذي يكون في الغالب إلى مستند على الحقائق في الواقع، لأن الأفراد غير قادرين على التحقق من الكم الهائل من المعلومات التي تعرض عليهم عن طريق الخبرة الشخصية في ظل انتشار اعلامي أصبح المصدر الرئيس لكل افكارنا ومعلوماتنا عن الدول والشعوب والثقافات وغير ذلك[1].

وتتم عملية القولبة في التطبيق عبر انتهاج مجموعة من الخطوات المدروسة لتصنيع صورة نمطية سلبية إزاء الجهات او الشخصيات المستهدفة، لخلق نوع من الهجوم المعنوي المتعمدد والمخطط له، وعادة ما يكون هجوم القولبة ذاك مبنياً على الخطوات الآتية: [2]

إطلاق مجموعة من السمات والصفات السيئة السلبية والصور الكريهة والاوصاف المنفرة على الجهة المستهدفة، وتكوين قالب نمطي اولي إزاءها.

تحريك وسائل الاعلام بانواعها المختلفة للتأكيد على تلك السمات والصفات والمبالغة فيها، عبر انتهاج التكرار، التوضيح، التوسيع بالطرح، الترسيخ، حتى تتلاشئ أي جوانب ايجابية للشخص المستهدف.

البحث عن شواهد أو أدلة وفبركتها إن دعت الحاجة وتسليط الضوء عليها بهدف التأكيد على الصورة النمطية السلبية وترسيخها في اذهان المشاهدين.

إحكام عملية القولبة مع مرور الزمن والتكرار والعرض المستمر لها، ووضع الجهات المستهدفة محط دفاع فقط.

إذا نجح أسلوب القولبة والتصوير هذا فان الجهة المستهدفة ستبدو كضحية خائفة، مكروهة من الجميع، ومعرضة للخطر في أي وقت.

قد يكون ضحية القولبة فرد ، فئة اجتماعية، أو شعب بكامله.

١٠. أسلوب التخويف والترهيب

يعتمد هذا الأسلوب في العمل على نشر الخوف والرعب بين المواطنين وتحفيزه باستمرار، ووضع الجماهير في حالة دائمة بحالة من القلق والترقب الحذر عبر وسائل الاعلام من اجل تمرير أية سياسة او قرار على المجتمع. فكثير من الدراسات العلمية أشارت إلى ان الإنسان يفتقد القدرة على التفكير المنطقي السليم حين يتعرض لضغط نفسي شديد نتيجة الخوف والترهيب وهو ما تستثمره السلطات لتحقيق أهدافها، إذ يشير الكاتب الامريكي (تشومسكي) في كتابه بروباغندا « أنه من المهم إجبار الناس على الانحياز للتدخل العسكري

---

(١) فهد بن عبد الرحمن الشيميري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، ط١، الرياض، ٢٠١٠م، ص ٨٧.
(٢) المصدر نفسه، ص٨٨.

في الخارج، فهم بشكل عام سلميون، لذا من واجب السلطات الامريكية تعبئتهم للحرب عبر التخويف)) [1].

فالولايات المتحدة تمارس صناعة الترهيب والخوف في المجتمع الامريكي، ولديها جهاز إعلامي قوي ودعائي ضخم مصمم لهندسة العقل الجمعي للامريكيين، إذ يظهر للعيان أن المواطن الامريكي حر في تصرفاته وسلوكياته، لكن في باطن الواقع أنهُ وليد منظومة هائلة من الضخ والتنظير لوجهات نظر الدولة الامريكية[2].

١١. أسلوب الشيطنة

وهي قاعدة تقوم على تشويه وشيطنة أي شخصية أو فئات اجتماعية تعارض رمز السلطة الذي ينفذ برامج الهندسة العقلية، وطريقة الشيطنة تلك تكون منظمة ومرتبة للاشخاص ولافكارهم وطبيعتها، فإذا كان المعارض لرمز السلطة سياسياً فتوجه له تهمة سياسية كالعمالة للخارج مثلاً، وإذا كان شخصاً دينياً فيتهم بالالحاد والشرك وسوء الاخلاق، وإن كان شخصية اقتصادية فيتهم بالفساد المالي والتزوير، أي القيام بالصاق التهم للمعارضين بحسب التخصص المناسب لهم.

١٢. أسلوب الشائعات الموسمية

وهي من أشهر الأساليب التي تستخدم في المجتمعات المختلفة التي تطبق فيها برامج هندسة العقول، إذ يتم بث الشائعات بين الاوساط المجتمعية من باب الاصلاحات والتعلق بالأمل المزيف في التغيير المنشود والاستقرار المؤقت (وعود تحسين الكهرباء او زيادة اجور العاملين في القطاع العام مثلاً) .

فهذه الشائعات تطلق في مواسم واوقات معينة وحسب الظروف المهيأة لها، وغالباً ما يكون اللجوء إليها في اوقات الاضطرابات الفئوية أو الخدمية أو قرب الانتخابات وبصور (تعديل وزاري، أصلاحات سياسية، استثمارات اقتصادية، ضرب المفسدين بيد من حديد، تقليل امتيازات المسؤولين، زيادة النفقات الاجتماعية، تشكيل مجالس عليا تحت مسميات مختلفة ..الخ) [3].

١٣. أسلوب التضليل الإعلامي

يسعى هذا الأسلوب إلى تضليل الجماهير عن طريق الاعلام عبر التحكم

---

(١) نقلًا عن، عبد الحليم حمود، كواليس الدعاية الامريكية، ط١، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ٢٠٠٨م، ص ٢٨.

(٢) عبد الحليم حمود، مصدر سبق ذكره، ص ٣٠.

(٣) للمزيد حول موضوع الشائعات أنظر إلى، لؤي مجيد حسن، الشائعات وسقوط الموصل دراسة في انواع الشائعات التي رافقت سقوط المدينة والاجراءات الحكومية لدحضها، مجلة آداب المستنصرية، عدد١٧٣، الجامعة المستنصرية، ٢٠١٦م، ص٢٨٦.

والسيطرة على الاخبار ومحاولة التلاعب بها وتقديمها للمتلقي، ويكون ذلك بطريقة ممنهجة تضلل المشاهد عن المعلومة الحقيقية والتحكم به وعزله عن التفاعل معها.

وعادة ما يتم استخدام أسلوب التضليل الإعلامي بكثرة في البرامج المخصصة لمكافحة الفساد وكشف الحقائق، التي في الغالب تكون ممولة من ذات الشخصيات الفاسدة وتعرض بقنواتهم الخاصة، وهي التي تمارس ذات الأسلوب في خداع الجمهور وتضليله.

ويندرج ضمن هذا الأسلوب قواعد ثانوية مختصة لنفس الغرض للتضليل وهي[1]:

قاعدة الانتقاء الإعلامي لما يتناسب مع سياسة القناة والجهة الممارسة للهندسة العقلية، وحجب ما لا يتناسب مع توجهها.

قاعدة التكرار في الخبر والحدث كي تستقر في عقل المشاهد وتتحول إلى فكر ومعلومة مخزنة في ذهنه ومتوافقة مع توجه القناة.

قاعدة التوازن بين حقيقة الخبر والكذب في تمرير فكرة مغلوطة للمشاهد.

قاعدة الضيوف المبرمجين مسبقاً.

التضليل بإهمال خلفية الاحداث مما يجعلها ناقصة ومشوهة.

قاعدة التضليل بالمزج والخلط بين الخبر والرأي والتحليل وجعل المتلقي في حيرة من امره.

التضليل بالمعلومات التي ليس لها علاقة بالحدث، وعلى حساب الحقائق المهمة.

التضليل بالعنوانات ومقدمات الاخبار والبرامج السياسية وتحميلها عناصر المبالغة والتهويل والغموض.

التضليل بالايهام والتدليس في عرض المعلومات والاخبار من دون ذكر مصادرها الصريحة.

التضليل بإدعاء التوازن الشكلي بين رأيين فقط، واختيارين لا غير، مع تعمد إهمال وجهات النظر الاخرى، وتغييب كثير من الاحتمالات والآراء والحلول .

التضليل باختيار قضايا ومشكلات زائفة، والابتعاد عن قضايا أخرى تهم الجمهور، وتساهم في تشكيل الوعي الصحيح.

التضليل بإغراق الجمهور بمعلومات لا تهمه، ولا يحتاج إليها، مما يطلق عليه النفايات المعلوماتية.

(١) فهد بن عبد الرحمن الشميمري، مصدر سبق ذكره، ص ١٠٥، ص ١٠٧، وكذلك : اكرم فرج الربيعي، الخطاب الإعلامي وتكتيك استعمال مفارقة التورية، ط١، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، ٢٠١٧م ، ص ١٦٨، ص ١٧٠.

التضليل بالتضخيم والتهويل، لقضية أو حدث أو مشكلة، ليترك ذلك انطباعًا زائفًا بحجمها لدى الجمهور .

التضليل بالتفكيك والتجزيء، وحصر النقاش في جزئيات بعينها، وقطعها عن الإطار العام وسياقها الطبيعي، وصورتها الكاملة.

التضليل بالإحصائيات واستطلاعات الرأي غير الحقيقية، إما أنها لم تحدث أصلاً، أو أنها كانت حافلة بالأخطاء الإجرائية التي تؤدي إلى خطأ النتائج .

التضليل باختيار أضعف شخصية ممكنة لتمثيل قضية ما في حوار أو حديث سياسي، لكي يتم إسقاط القضية وتشويهها عبر هذه الشخصية المهزوزة الضعيفة.

١٤. أسلوب التخدير الديني

يسعى هذا الأسلوب إلى استخدام رجال الدين في توجيه الشعوب والجماهير لصالح الجهة التي تمارس الهندسة العقلية عبر برمجة عقليات الجمهور باسم الدين، إذ يستخدم رجال الدين لتمرير بعض القرارات التي تريدها السلطة أن تمرر في المجتمع، وهي استراتيجية قديمة قدم التاريخ الإنساني وكانت تستخدم بحرفية في زمن الفراعنة والرومان وغيرهم.

في الحقيقة إن الجهات التي تمارس هذه الأساليب هي في الغالب قيادات تنتمي في الغالب لنظم ديكتاتورية شمولية وصلت للسلطة عبر الانقلاب او استغلال الظروف الاقتصادية السيئة المشبعة باليأس للوصول إلى كرسي الحكم، وحين يستولون على السلطة يسارعون نحو تبني استراتيجية نشر الاحلام الوردية والوعود المعسولة مستغلين حالة الوضع النفسي والعقلي للجماهير التواق إلى التغيير، وسرعان ما تثبت سلطاتهم فينتهجوا سياسة الحديد والنار تجاه مجتمعهم وحكمهم كالعبيد، والعمل على احتقار الجماهير والحرص على ديمومة برمجة تفكيرها وتبعيتها للحاكم مهما كانت النتائج، والحل الأمثل يكون عبر تلك الأساليب المخصصة لهندسة العقول.

المبحث الثاني
الرأي العام، المفهوم، النشأة، وطرق خداعه

إن تزايد الحديث والنقاشات في موضوع الرأي العام على الصعيد البحثي والاكاديمي محلياً وأقليمياً ودولياً ليس بالامر الجديد، ولاسيما إذا ما نظرنا إلى اهمية الدور المؤثر الذي يمارسه الرأي العام في صنع القرارات واتخاذها، وفي رسم السياسات وتحديد موقف المجتمع والدولة على حد سواء إزاء قضية ما. فالرأي العام يتمتع بأهمية كبيرة لدى صانعي القرار بوصفه مرآة عاكسة لآراء الجماهير، مما يسمح بوجود نوع من التفاعل بينهم وبين صناع القرار.
ومن هنا ادرك صناع القرار أهمية وخطورة الرأي العام والسعي نحو التحكم بمخرجاته عبر خلق مجموعة من المحرضات التي تسهل انقياد الجماهير لها بصورة حيوية ومتحركة إلى أبعد حد، فنجدهم تارة ينتقلون في لحظة من مرحلة الضراوة إلى مرحلة الهدوء، ومن مرحلة الشهيد إلى مرحلة الضحية وهكذا.
فبعد ان تنتهي مرحلة الهندسة العقلية يتم الانتقال إلى المرحلة الأهم وهي اساليب التحكم والتضليل بالرأي العام، فالمرحلة الأولى هي مرحلة إعداد العقول وبرمجتها، في حين المرحلة الثانية فهي الخاصة بالتطبيق للوصول إلى الأهداف بسرعة، مع حذف العراقيل التي قد تظهر من هناك وهناك.

المطلب الأول
مفهوم الرأي العام

إن من البديهيات البحثية في مجال العلوم السياسية أن تكون الانطلاقة الأولى في التعامل مع المصطلحات والمفاهيم تعريفية معرفية، تبدأ من تحديد المفردة وهويتها الانتمائية لحقول المعرفة المتعددة، والرأي العام بهذا الصدد نجد أن حقول المعرفة المتنوعة قد تنازعت ضمن العلوم الإنسانية على تبني الرأي العام كمادة تدخل ضمن اختصاصها الدقيق والحصري مثل (العلوم السياسية، علم الاجتماع، علم النفس، الاعلام والاتصال) ، وهي جميعاً تؤكد تبعية مادة الرأي العام لها فقط، لكون الرأي العام محوراً اساسياً من محاور اهتماماتها

المعرفية، إذ تقدم تلك الحقول المعرفية جملة من المسوغات والمبررات العلمية لاحقية امتلاكها للرأي العام.
إذ يرى علم الاجتماع أن الرأي العام في الأساس هو رأي الجماعة، وما يتصل ويترتب عليه من امور هي من اختصاصه الحصري، لأن الرأي العام لصيق بالجماعة فقط لا غير، في حين يعترض علم النفس على ذلك بالقول إن سلوك الإنسان سواء كان فرداً أو جماعة وما يترتيب عليه من عوامل وظروف نفسية ستؤثر في تلك السلوكيات، وبالتالي أن الرأي (وجود، استمرار، تغيير) يتصل بالسلوكيات الإنسانية بالفرد والجماعة وهو الاحق به كتخصص.
أما الإعلام والاتصال فيذهب القول أن وسائل الاتصال بانواعها المتعددة تسجل حضوراً بارزاً ومؤثراً في الرأي العام سواء من حيث وجوده وتكوينه، أو من حيث تغيره وتنوعه، فالجماعة كعنصر رئيس للرأي العام لا يمكن أن يوجد من دون وسائل اتصال بين عناصرها، ومن غير الممكن تغيير الرأي العام من دون تلك الوسائل، والامر ذاته ينسحب إلى قياس الرأي واستطلاعه واستبيانه، لذا فهو الاحق بالتخصص الحصري به[1].
وعلى صعيد العلوم السياسية فإن ما يتصل بالسلطة من حيث الاداء، الوظيفة، التداول، سواء كانت السلطة تلك قديمة ام جديدة، بدائية أم متحضرة، فهي تسعى إلى إيجاد قاعدة أو صناعة للقبول لها لدى المواطنين، ومن ضمن تلك الوسائل التي تلجأ إليها في هذا السياق هو التعامل مع الرأي العام سواء كان التعامل سلبياً أم ايجابياً، والعمل على التأثير به والسعي الى تغييره لصالحها، وعليه فإن حقول العلوم السياسية هو الاجدر كحقل اختصاص ليكون الرأي العام من ضمن موضاعته الرئيسة[2].
هذا الاختلاف والتنازع حول عائدية الرأي العام لحقول المعرفة المختلفة انسحب أيضاً إلى الاختلاف حول ماهية الرأي العام بين الكتاب والمفكرين إلى درجة إنكار البعض حتمية وجوده. فتشريح مفردة الرأي العام يبين لنا انها تتكون من كلمتين(الرأي، العام)، وبالنسبة للرأي فهي كلمة تحمل في طياتها معاني ودلالات متعددة، فالرأي قد يكون تعبيراً، وصفاً، حكماً، ميلاً، نزوعاً، اعتقاداً، أو موقفاً دائمياً، وهذا التعدد وإن تنوع إلاّ انه ينصهر في وصف الرأي بكونه نتاجاً من نتاجات العقل الإنساني، يتم التعبير عنه بشكل صريح وعلني، أو بشكل مستتر وكامن، كما يتم التعبير عنه بطرق وأساليب وادوات متعددة

(١) عامر حسن فياض، الرأي العام وحقوق الإنسان، ط١، كلية العلوم السياسية ، جامعة بغداد، ٢٠١١م، ص ٥.
(٢)المصدر نفسه، ص٥ ، ص٦.

سـواء بالكلمـة أو بالصـورة والحركـة، أو النظـرة أو السـكوت، وهـذا النتـاج الخـاص بالعقـل والتفكيـر الإنسـانيين هـو نتـاج خـاص إذا تعلـق بمصلحـة الفـرد، لكـن إذا تعلـق بمصلحـة جماعـة إنسـانية فهـو عـام، لـذا فالعـام هنـا سـيكون (جمهـوراً، أمـةً، اكثريـة، اغلبيـة، الحشـد) [١] .

وعلـى الرغـم مـن شـيوع اسـتخدام الـرأي العـام وتداولـه بكثافـة إلا انـه لـم يحـظ بالاسـتخدام علـى نطـاق واسـع، فهـو كغيـره مـن المفـردات والمفاهيـم لا يوجـد بشـانه اتفـاق جامـع لـه فـي ظـل تداخلـه النسـبي ولنوعـي مـع مفاهيـم اخـرى كالاتجـاه، السـلوك، الاعتقـاد، العـادات والتقاليـد، القناعـة.....، ومـع ذلـك بـرزت العديـد مـن الجهـود العلميـة لوضـع إطـار معرفـي شـامل لـه، إذ يـرى (جـون سـتيوارت ميـل) أن الـرأي العـام ((هـو مـا يريـده المجتمـع أو الجـزء السـائد منـه)) ، فـي حيـن عرفـه (جيمـس يزايـس) بأنـهُ ((اصطـلاح يسـتخدم للتعبيـر عـن مجتمـع الآراء التـي يتوصـل إليهـا النـاس إزاء المسـائل التـي تؤثـر فـي مصالحهـم العامـة والخاصـة)) [٢] .

امـا (بيتـر غولـت) فيـرى ان الـراي العـام ((عبـارة عـن فهـم معيـن للمصالـح العامـة الاساسـية، وتتكـون عـن كل اعضـاء الجماعـة)) ، وهـو هنـا يغفـل ظهـور اتجاهـات متعـددة تعبـر عمـا تريـده الجماهيـر، فمـن الصعـب أن ينشـأ فهـم واحـد ونظـرة واحـدة لـدى كافـة أعضـاء الجماعـة حيـال المسـألة المطروحـة، والاتجـاه المطـروق أو الخاضـع للنقـاش[٣].

إن الـرأي العـام هـو ذلـك الـرأي الغالـب أو الاعتقـاد السـائد أو الاتفـاق الجماعـي لـدى غالبيـة فئـات الشـعب أو الجمهـور تجـاه أمـر أو ظاهـرة أو موضـوع أو قضيـة مـن القضايـا الخلافيـة الجدليـة، والتـي قـد تكـون اجتماعيـة، ثقافيـة، اقتصاديـة، سياسـية، تربويـة، فنيـة، كمـا قـد تكـون ذات طابـع محلـي وطنـي أو إقليمـي ودولـي، وأن تكـون ذات أهميـة لـدى معظـم أفـراد الجمهـور، ويثـار حولهـا الجـدل، ويكـون لهـذا الاجتمـاع قـوة وتأثيـر فـي القضيـة أو الموضـوع الـذي يتعلـق بـه[٤] .

هـذه النمـاذج المختـارة كجهـود علميـة لمحاولـة احتـواء الـرأي العـام معرفيـاً قدمـت لنـا فـي مضامينهـا جملـة متنوعـة ومشـتركة لخصائـص الـرأي العـام والمتمثلـة فـي:

١. الخاصيـة الجدليـة، أي أن القضيـة التـي تكـون محـط اهتمـام الـرأي العـام هـي قضيـة جدليـة غيـر محسـوم أمرهـا، والقضايـا غيـر الجدليـة لا تعـد قضايـا رأي عـام.

(١) عامر حسن فياض، مصدر سبق ذكره، ص ٨.
(٢) نقـلًا عـن، رانيـا مكـرم، التيـار الرئيسـي: الـرأي العـام فـي مراحـل مـا بعـد الثـورات بيـن النظريـة والتطبيـق، ملحـق مجلـة السياسـة الدوليـة، عـدد\١٨٧، مجلـد\٤٧، مصـر، ٢٠١٢م، ص ٦.
(٣) عبد الحليم حمود، مصدر سبق ذكره، ص ١٢.
(٤) سمير حسن، الرأي العام، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتابة، القاهرة، ١٩٩٧م، ص ٢٦.

والقضيـة الجدليـة هـي تلـك القضيـة المهمـة والمؤثـرة والتـي تدفـع الجماهيـر إلـى مناقشـتها وإبـداء الـرأي فيهـا، والبحـث فـي الخيـارات المتاحـة للتعامـل معهـا، وعـادة مـا تمـس تلـك القضايـا المصالـح أو القيـم والمعتقـدات[١] .

٢. الخاصيـة الجماعيـة، أي أن الـرأي العـام هـو رأي الجماعـة لا الأفـراد، فـي ظـل وجـود رأي سـائد ممثـل فـي الاغلبيـة، مـع وجـود اراء معارضـة تخالـف ذلـك الـرأي السـائد.

٣. الخاصيـة التغييريـة، أي أن الـرأي العـام يتميـز بالتغيـر نظـراً لارتباطـه بالجماعـة البشـرية التـي لا تتصـف بالثبـات أو الجمـود إزاء الظواهـر الإنسـانية، فمـا قـد يعـد رأيـاً عامـاً اليـوم لا يصبـح كذلـك بعـد مـدة. لـذا فـإن اختيـار التوقيـت لمعرفـة توجهـات الـرأي العـام تجـاه قضيـة معينـة يعـد مسـالة مهمـة.

٤. الخاصيـة القياسـية، أي أن الـرأي العـام مـادة صعبـة القيـاس والاختبـار معمليـاً، فعلـى الرغـم مـن تطـور العلـوم فـي مجـال قيـاس الـرأي العـام وتنـوع أسـاليب قياسـه، إلا انـه مـا يـزال هنـاك الكثيـر مـن المشـكلات الفنيـة والموضوعيـة التـي تعتـرض عملهـا.

٥. الخاصيـة التاريخيـة، أي أن للـرأي العـام جـذوراً تاريخيـة قديمـة قـدم المجتمعـات البشـرية وتطورهـا، فوجـود الـرأي العـام مرتبـط بالمجتمـع، والـذي بـدوره مرتبـط بالجماعـة التـي تكـون محـط اهتمـام الـرأي العـام.

٦. الخاصيـة التنويعيـة، فالـرأي العـام ظاهـرة متنوعـة ولديه تصنيفـات متعددة(محلية، إقليميـة، دوليـة، الكترونيـة)، ولـكل منها مميزاتـه وخصائصه[٢].

وبنـاءً علـى مـا تقـدم يمكـن القـول إن الـرأي العـام هـو رأي الجماعـة التـي ترتبـط عناصرهـا برابطـة الاعتمـاد المتبـادل حـول قضيـة جدليـة تهـم مصلحـة تلـك الجماعـة وربمـا تحـدد مصيرهـا.

(١) رانيا مكرم، مصدر سبق ذكره، ص ٦.

(٢) أن الـرأي العـام فـي اي مجتمـع مـا هـو الإ نتـاج تفاعـل مجموعـة مـن العوامـل والمتغيـرات التـي تؤثـر فـي تشـكيله وتكوينـه، وعليـه تسـهم عوامـل ومتغيـرات متنوعـة فـي تشـكيل الـرأي العـام ومنهـا (المنـاخ السياسـي السـائد، المنـاخ الاقتصـادي، الشـعور الوطنـي، الديـن، مؤسسـات التنشـئة الاجتماعيـة، المتغيـرات النفسـية والسـلوكية، نـوع القضيـة وطبيعتهـا، الخصائـص الجغرافيـة، الاعـلام ووسـائل الاتصـال التقليديـة والاجتماعيـة، العامـل التاريخـي، المعلومـات الصحيحـة، المصلحـة العامـة.

المطلب الثاني
النشأة والجذور التاريخية للرأي العام

من البديهيات القول إن الرأي العام قديم قدم البشرية، فعندما اكتشف الإنسان الكتابة واستخدم الرموز والصور وما رافقها من تطور لفكره الحضاري ظهر معها الرأي العام وزادة أهميته، إذ كان حكام سومر وبابل وآشور يهتمون بالرأي العام ويقيمون وزناً له، كما وجدت بعض الرسائل المكتوبة على ألواح طينية لتنبيه المزارعين في العراق باستخدام الطرائق الحديثة في الزراعة، وكأنها نوع من الملصقات والمنشورات التي قام بها الاشوريون بهدف التأثير في الرأي العام[١] . كما كشفت آثار مصر القديمة عن إدراك واضح للرأي العام وكشفت عن أساليب للتأثير فيه وتوجيهه، كأسلوب تأليه فرعون، تقديس الكهنة، أسلوب التسلية والاعياد الذي كان يتبعها فرعون في الهاء الناس عن دعوة التوحيد التى دعا إليها النبي موسى عليه السلام[٢] .

تاريخياً وقبل ولادة المسيح عليه السلام عرفت المجتمعات القديمة في اليونان الرأي العام واختبرت قوته وسطوته، إذ كان الرأي العام هو الحاكم الفعلي والمسيطر على كل أوجه النشاط في المدينة، فالسيادة كانت مطلقة لهيئة المواطنين المجتمعين في المدينة باستثناء (العبيد، الاطفال، النساء) ، وكانت هذه الهيئة تعرف اليوم باسم البرلمان أو السلطة التشريعية، إذ كانت القرارات في اجتماع جمعية المواطنين تتخذ بأغلبية اصوات المواطنين الحاضرين في مختلف القضايا المهمة والمتنوعة، فسلطة الجمعية تلك كما أشار إليها ارسطو لا يحكمها إلا صوت الاغلبية وهو صوت الرأي العام[٣] .

وعرف الصينيون القدماء الرأي العام باسم (صوت الشعب) واعطوا له أهمية استثنائية، وأما الامبراطورية الرومانية فأن التعبير والحديث والاهتمام بالرأي العام كان يتجسد بوجود جهاز من الموظفين يهتمون برأي رعايا الامبراطورية ويحملون أسماء (ناقلوا الاخبار)، و عرف العهد الروماني الملصقات والمنشورات بوصفها ادوات اتصال للتعامل مع الرأي العام لغرض كسبه أو تجنبه، إذ ساد في ذلك الوقت مصطلح الاتفاق العام أو الشعور الجمعي[٤] .

(١) زهير عبد اللطيف عابد، الرأي العام وطرق قياسه، ط٣، دار اليازوري، ٢٠١٣م، ص ١١٩.
(٢) سناء الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠م، ص١٦.
(٣) مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، مصدر سبق ذكره، ص ١٦.
(٤) عامر حسن فياض، مصدر سبق ذكره، ص ١١.

ومن ثم جاءت الحضارة الإسلامية التي اعطت للرأي العام مكانة واهتماماً أكبر واوسع، واعطته سلطات كبيرة قد تصل إلى حد الثورة على الحاكم الظالم إن خرج عن حدود سلطته المحددة لهُ، إذ وضع الإسلام أصولاً عامة تعد الاعمدة الرئيسة للرأي العام كالشورى ورأي أهل الحل والعقد، وهي أمور ذكرت كنصوص في القرآن الكريم والاحاديث النبوية الشريفة، ومورست سياسياً في عهد الخلفاء والولاة.

وفي عصر النهضة تعزز حضور الرأي العام عبر اختراع المطابع الحديثة وزيادة المنشورات وحجم الجمهور من القراء، وكسر احتكار الكنيسة للافكار والمعلومات والمعارف، ثم اتضح الحضور جلياً بقيام الثورة الصناعية وانتشار النظم الديمقراطية، والتوسع في حق الانتخاب، وتحرير المرأة والعبيد، وتطور نظم الطباعة وانتشار التعليم، وظهور التلفاز والصحف والمجلات التي أسهمت في سرعة نقل الافكار والآراء والمعلومات محلياً واقليمياً ودولياً.

كما اسهم في تطور نشأة الرأي العام كتابات أبرز المفكرين بهذا المجال ومنهم(جان جاك روسو، جون ستيوارت ميل، جيرمي بنثام وآخرين) ، إذ أكدوا على أهميته كأداة ضبط اجتماعي وصمام أمان ضد أي نظام استبدادي، عبر الربط المقدس بين الديمقراطية والرأي العام، ويعد (جان جاك روسو) أول من ربط ودرس موضوع الرأي العام وعلاقته بالسياسة العامة، وأول من أكد على حاجة الحكومات إلى الاعتماد على الرأي العام أكثر من حاجتها إلى الاعتماد على القانون أو غيرها من الأمور، وهو أمر قد يختلف معه (غابرييل ألموند) من حيث أن الرأي العام لا يصنع السياسة العامة، ولكنه يضع أطر تلك السياسة التي من خلالها تتحرك الحكومة في اتخاذ قراراتها، وليس من الضروري أن يؤخذ به من جميع الجوانب[١] .

أما في المجتمعات الحديثة والمعاصرة فقد عرف الرأي العام زيادة في النفوذ والقوة نتيجة للاوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ولتقدم العلم في مجال التكنولوجيا ولاسيما الأعلام والاتصال، ولم يعد بإمكان أية سلطة أو حكومة ما الاستمرار في الحكم بتجاهل أو من دون الحصول على أقل قدر من موافقة الجماهير.

وفي الحقيقة تطورت دراسات الرأي العام عبر صدور بعض الدراسات والكتب المتخصصة في هذا المجال، فشهد القرن العشرين اهتماماً متزايداً بهذا الحقل المعرفي بوصفه مصطلح وظاهرة ومادة علمية، فظهرت العديد من الدراسات

(١) زهير عبد اللطيف عابد، مصدر سبق ذكره، ص ١٢١، ص ١٢٣.

المميـزة التـي تعـد بمثابـة البنيـة التحتيـة للـرأي العـام ومنهـا[1]:
الرأي العام والقانون للكاتب (ديساي) عام ١٩٠٥م.
علاقة جماعات الضغط بالرأي العام والسياسة العامة للكاتب(بنتلي) عام ١٩٠٨م.
الرابطـة الامريكيـة، وهـو كتـاب مكـون مـن عـدة أجـزاء للكاتـب (جيمـس برايـس) ، والـذي يشـمل الجـزء الرابـع منـه علـى اربعـة عشـر فصـلاً فـي موضـوع الـرأي العـام الامريكـي.
كمـا اسـهمت مراكـز الابحـاث والدراسـات الخاصـة بقيـاس الـرأي العـام والجامعـات والكليـات المتخصصـة بهـذا الشـأن إلـى تطـور الـرأي العـام كمـاً ونوعـاً بفضـل تطـور ادوات التعليـم والاسـتفادة مـن الثـورة التكنولوجيـة فـي مجـال الاتصـال، وتوسيع قاعدة المشـاركة فـي النشـاطات العامـة، ممـا جعـل الـرأي العـام قـوة مهمـة فـي النظـم السياسـية المعاصـرة.
وشـهد القـرن الحـادي والعشـرين تطـوراً مهمـاً ومذهـلاً فـي هـذا الحقـل بعـد أن أزال حـدود المـكان والزمـان بيـن الأمـم والشـعوب المختلفـة، فضـلاً عـن تطـور العلـوم السياسـية واهتمامهـا بالاتجـاه الديمقراطـي فـي الحكـم الـذي يضـع الـرأي العـام فـي قمـة اولوياتـه.

المطلب الثالث
أساليب خداع الرأي العام

شـهدت المجتمعـات البشـرية عبـر التاريـخ أسـاليب متعـددة لخـداع الـرأي العـام وتضليلـه، والتـي مـا يـزال كثيـر منهـا يسـتخدم حتـى اللحظـة، وأضيفـت إليهـا بعـض الأسـاليب الجديـدة مـع مـرور الزمـن، وعليـه وقبـل الخـوض فـي تفاصيـل تلـك الأسـاليب ينبغـي الحديـث والإشـارة فـي بـادئ الامـر إلـى موضـوع أسـاليب تغييـر الـرأي العـام، لكونهـا ستشـكل نقطـة وصـل وحلقـة فهـم أفضـل لموضـوع طرائـق خـداع الـرأي العـام، وذلـك بتقسـيم الأفـكار إلـى ثلاثـة محـاور تتضمـن الأسـاليب التقليديـة لتغييـر الـرأي العـام، الأسـاليب الدعائيـة التابعـة لتغييـر الـرأي العام، أسـاليب خـداع وتضليـل الـرأي العـام.

أولاً: الأساليب التقليدية لتغيير الرأي العام

١. **أسـلوب التكـرار والملاحقـة**، وهـو مـن انجـح الأسـاليب لتغييـر الـرأي العـام،

(١) عامر حسن فياض، مصدر سبق ذكره، ص ١٣.

وكانت الدعاية النازية تجيد استخدام هذا الأسلوب في مخاطبة الجماهير، إذ يعتمد الأسلوب على الدعاية التي بدورها تعمل على إذاعة بيانات ومعلومات لاشياء عدة كثيرة، مع التركيز على بعض الحقائق فقط، وتوجيه مسامع وانظار الناس إليها مراراً وتكراراً.

إذ يستخدم هذا الاسلوب في إثارة العواطف والمشاعر لا العقل عبر الأسلوب التكراري المستمر، وهو امر أجادت اسرائيل تطبيقه في حرب ١٩٦٧م عبر الترويج لمفاهيم وأفكار مهينة عن الشخصية العربية مقارنة بالشخصية الاسرائيلية، في محاولة لقهر العرب نفسياً وخلق صورة نمطية سيئة عنهم لدى الرأي العام العالمي[١] .

٢. **أسلوب الإثارة العاطفية**، إذ يتبع اتباع هذا الأسلوب لتحقيق أهداف لا يقبلها المنطق الهادئ السليم المبني على استخدام العقل كبث روح الاستعلاء والتعصب لدى بعض الشعوب عن طريق تضخيم إنجازاتها التاريخية، فضلاً عن إثارتها للقيام على أعمال عدوانية ضد الشعوب الأخرى أو ضد الاقليات من الملونين أو الاصول العقائدية.

هذا الأسلوب يرتكن إلى الكذب والخداع لأجل ضمان استمرارية وصوله إلى أهدافه في احتكار توجيه الرأي العام، وعدم السماح بوجود آراء مضادة أو دعاية مخالفة، وهو أسلوب مارسته النازية والصهيونية بامتياز.

٣. **أسلوب عرض الحقائق**، يعرف الإعلام على انه ظاهرة إنسانية اجتماعية حضارية تستهدف عرض المعلومات وتقديمها بوصفها حقائق للجمهور، بغض النظر عما إذا كانت تلك الحقائق حقيقية أم مضللة ومزيفة.

ومن هنا يطلق على هذا الأسلوب لفظ الإعلام، لأنهُ يعتمد على وصول الحقائق إلى أكبر قدر ممكن من الناس على اساس كونها معلومات ذات مصداقية بعيدة عن الاكاذيب والشائعات، إذ تشير المعطيات التاريخية للحرب العالمية الثانية إلى قيام (وينستون تشرشل) رئيس وزراء بريطانيا في تلك الحرب بتحقيق نجاح كبير في قيادة الرأي العام البريطاني عبر تبنيه أسلوب مصارحة الشعوب بالحقائق كحماية له من الحرب النفسية، وتتضح اهمية هذا الأسلوب في نجاحه بالاعتماد على التربية السياسية الواعية للناس عن طريق المصارحة والمناقشة والاقناع[٢] .

(١) في الحقيقة كي ينجح هذا الأسلوب في تحقيق أهدافه فعليه بالتكرار المتنوع والمستمر لما يقدمه من معلومات وأخبار دفعاً للملل الذي قد يصاب به الجمهور المستهدف بسبب التكرار الثابت للاشياء.

(٢) مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، مصدر سبق ذكره، ص ١١٢.

٤. **أسلوب تحويل انتباه الرأي العام،** في كثير من الاحيان تجد الحكومات صعوبة كبيرة في معارضة الرأي السائد بين المواطنين في موضوع معين، نظراً لكون المعارضة هنا تعني الصدام مع تيار جارف له الغلبة على الصعيد المجتمعي، لذا تلجأ الحكومات إلى تكتيك خلق حدث ما قوي ومؤثر، وتحويل انتباه الناس إليه، ومن ثم الترويج له والتركيز عليه اعلامياً.

إن هذا الأسلوب هو من الأساليب الشائعة الاستخدام وله ميزتان: الأولى\ إن استعماله لا ينجم عنه أي مشاكل، ولاسيما عند استحداث شيء يحول انتباه الرأي العام، الثانية\ وهي ان نتائجه على المدى القصير كبيرة[1] .

٥. **أسلوب البرامج الايجابية المحددة،** للبرامج الايجابية والتصريحات البناءة أثر سحري واضح على الرأي العام، لذلك يلجأ السياسيون احياناً إلى مزايا البرامج الايجابية التي تتمتع بأثر جيد في الرأي العام في سبيل تقديم طروحاتهم وقراراتهم لتغيير اتجاهات الرأي العام، فكلما كانت تلك البرامج ايجابية في المجتمع كلما زاد تأثير الساسة في المجتمع، لكنها سرعان ما تتلاشى بعد مدة معينة ما لم تنقلب إلى واقع حال في التنفيذ. وفي العادة تتعلق تلك البرامج بمجال البناء والاعمار والقضايا التنموية[2] .

ثانياً: الأساليب والممارسات الدعائية التابعة

مع التطور الذي شهده العالم في مجال الإعلام والدعاية ووسائل الاتصال المختلفة ظهرت مجموعة من الأساليب المبتكرة أو ما يطلق عليها احياناً بأسم الممارسات التابعة أو الممكنة للأساليب سالفة الذكر وهي:

١. **أسلوب شعب الله المختار (الأسطورة)**

يسعى هذا الأسلوب إلى إثارة العاطفة وبث الفرقة والعداوة بين الشعوب والأمم، كما هو الحال مع النازية والصهيونية، والحديث عن امتلاكهم قدرات تفوق بقية الشر، وأنهم الاقدر على إدارة العالم من بقية الشعوب. إن اضفاء هالة القدسية ذات الطابع القومي أو الديني هو أسلوب قديم قائم على اساس فكرة الحق الالهي المقدس للحكم، ويكون مدعاة للاستبداد والسيطرة والتحكم في البشر.

ففي عهد الإمبراطورية البريطانية نجد انها كانت تدعي أسطورة التفوق الجنسي للانجلوسكسون كشعب الله المختار، وكأسلوب لخداع جماهير بلادهم

(١) محي الدين عبد الحليم، الرأي العام مفهومه وانواعه، ط١، مكتبة الانجلومصرية، القاهرة، ٢٠٠٩م، ص ١١٠.
(٢) فتحي حسين عامر، استطلاعات الرأي العام على الانترنت،ط١، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٣م،ص ٨٣.

وتبرير لحروبها الاستعمارية[1].

٢. أسلوب الصورة النمطية المتحيزة

كما ذكرنا سابقاً أن التنميط هو احد الخواص التي يلجأ إليها العقل البشري لتبسيط المعرفة واختزانها وتثبيت القوالب الجامدة في اطلاق الاحكام على الاشياء، ومن هنا تكمن خطورة أسلوب التنميط كأسلوب دعاية في التحكم بالرأي العام عبر تزييف المواقف والاحداث المؤدية إلى المزيد من التزييف لوعي الجماهير.

فعلى سبيل المثال نجد اساليب الدعاية الغربية تسعى وبجهد مستمر إلى خلق صورة نمطية حول العرب والمسلمين لدى الرأي العام الغربي، تلك الصورة قوامها الإساءة للشخصية العربية من حيث (التخلف، الجهل، عباد للجنس، ارهابيين، حشرات، مستبدين، قامعي المرآة، مضطهدي الفتيات والاطفال، أميين، لصوص الصحراء، جشعين، ماكرين، شهوانيين ..الخ) ، والعمل على إسقاط تلك السمات على الامم والحضارات الإسلامية كافة، وبالتالي خلق وعياً تبريرياً لممارسة العنف والقتل ضدهم.

٣. أسلوب التعتيم الإعلامي

فكرة هذا الأسلوب قد تبدو الأكثر شيوعاً في التطبيق الميداني عبر التحكم المسبق فيما يذاع وينشر من أخبار ومعلومات واحداث ووقائع، وانتهاج الكتمان والسرية أو الحذف العمد لبعض الحقائق وحجبها عن الجمهور، كما هو الحال في موضوع الترسانة النووية الاسرائيلية، أو التجاهل العمد للمجازر التي تقام ضد الاقليات المسلمة في بعض دول العالم.

٤. أسلوب الخداع والتزوير باستخدام العلم وتطبيقاته

في حياتنا اليومية نجد الدجالين والمشعوذين والسحرة او حتى خبراء المؤثرات السينمائية يمارسون خداع الجمهور المستهدف عبر استخدام ادوات العلم وتطور تقنيات الخدع السينمائية وماشابهها، وفي كثير من الاحيان تلجأ الحكومات إلى نشر بيانات واحصاءات مزورة لخداع الجمهور أو تجنب حالة السخط لديه، وعادة ما تمارس هذه الطريقة في ظل الأزمات أو قرب موعد الانتخابات*[2] .

٥. أسلوب الابتزاز الإعلامي

إن الحديث عن هذا الأسلوب في الحقيقة يتطلب لوحده اصداراً كاملاً نظراً

---

(١) مختار التهامي. عاطف عدلي العبد، مصدر سبق ذكره، ص ١١٦.

(٢) من الأمثلة على ذلك تزوير اسرائيل لبعض الافلام المسجلة لحرب ١٩٦٧م، وبثها في حرب ١٩٧٣م لأظهار انتصارات اسرائيلية مزعومة على حساب مصر، والتخفيف من حدة الوطأة جراء هزيمتها في الحرب.

لأهميته ولتطبيقاته المختلفة على صعيد المسرح الدولي، وهو أسلوب استخدم بكثرة من قبل الحركة الصهيونية العالمية وبنجاح في إذكاء مشاعر معاداة السامية لكل من يعادي الصهيونية حتى لو كان من اليهود أنفسهم، والعمل على ابتزازهم والتشهير بهم إعلامياً.

ثالثاً: أساليب خداع وتضليل الرأي العام

في كتابه سيكولوجية الجماهير يشير (غوستاف لوبون) إلى أن الانفعالات التحريضية المختلفة التي تخضع لها الجماهير يمكنها أن تكون كريمة، أو جبانة، أو بطولية، وذلك بحسب نوعية هذه المحرضات، والتي تكون مهيمنة دوماً على نفوس الجماهير إلى درجة أن غريزة حب البقاء نفسها قد تزال امامها (بمعنى انها مستعدة للموت من أجلها)[1] .

ومن هذا المنطلق تتضح خطورة توظيف مبادئ علم النفس في خدمة الدعاية والإعلام والتي تسهم في تحويل الجمهور إلى (مفعول به) قابل للخداع، خاضع للتأثير، موضوع للتلاعب، وما يزال هذا الامر ممارساً حتى الأن متخذاً صوراً وأساليب عدة وهي:

١. التأثير في قادة الرأي

يقسم الرأي العام من حيث قوة التأثير إلى ثلاث فئات:

الرأي العام القائد، وهي الفئة المثقفة والواعية التي ينقاد إليها الرأي العام في المجتمع.

الرأي العام المتعلم، وهي الفئة التي تقرأ وتستوعب المعلومات والآراء، وهي الحلقة الوسطى التي تتأثر بآراء الفئة الاولى، وتنقلها للفئة التي بعدها.

الرأي العام المنقاد، والمتكون من الاغلبية العظمى من المواطنين.

ما يهم السلطة أو الجهة التي تتلاعب بالرأي هم أصحاب الفئة الاولى نظراً لقلة عددهم وسهولة الوصول إليهم، ولاختصار الطريق أمامها في التأثير في الجمهور بأقل جهد ممكن. فعلى سبيل المثال نجد في وسائل الإعلام المختلفة تعمل على استضافة الشخصيات المؤثرة أو تلك التي تمثل قاعدة شعبية كبيرة ومؤثرة في الجماهير من أجل الحديث عن موضوع يهم الرأي العام، والعمل على توجيهه باتجاه مبرمج مسبقاً.

ففي عام (١٩٢٤م) تراجعت شعبية الرئيس الامريكي (كالفن كوليدج) واصبح

(١) عبد الحليم حمود، مصدر سبق ذكره، ص ١١، ص ١٢.

مثار سخرية الصحف الامريكية، فلجأ إلى مبتكر نظرية التوظيف السياسي لنخبة الفن وهو (بيرنيز) للتحسين من صورته أمام الرأي العام، وهذا الأخير بادر باقناع (٣٤) نجماً من نجوم السينما الامريكية انذاك لزيارة الرئيس في البيت الأبيض، ويلتقطوا الصور معه، وبالفعل اهتمت الصحف الامريكية بتلك الزيارات وارتفعت شعبية الرئيس كالفن حينها، ليصبح هذا الاجراء امراً تقليدياً يمارسه السياسيون، وهو ما دفع قادة الدول إلى اتباع تكتيكات عدة للتحكم في الرأي العام عبر التحكم بقادة الرأي أنفسهم، سواء بتوظيفهم لتحقيق مصالح السلطة أو منعهم من التغريد خارج السرب[1] .

بهذا الصدد يمكن تشخيص وملاحظة ثلاث طرائق وأنماط للتعامل مع النخب المؤثرة في الرأي العام، **النمط الأول وهو المنع**، إذ تلجأ بعض الحكومات إلى اتباع أساليب متنوعة لفلترة قادة الرأي عبر المنع، إذ لا تسمح في البداية ببروز أي شخصية تتبنى توجهاً معارضاً لدرجة أن تصبح ذات تأثير في الرأي العام، وفي حال ما إذا نجحت بعض الشخصيات في تجاوز تلك الفلاتر بطريقة أو باخرى وحققت شهرة واسعة يتم ترهيبها وحصرها وتحجيمها، أو الرسم لهم ملامح عمل محددة ان تجاوزوها يكون مصيرهم النسيان[2].

أما **النمط الثاني فهو الاحتواء**، وفكرة هذا النمط إخضاع قادة الرأي –فكرياً ليتحولوا إلى منصات اعلامية فكرية دعائية للسلطة، والحديث عن طروحات ووجهات نظر خاصة بعيدة عما كانوا يتبنوه بالفعل، وهذا التحول ناجم في الاساس عن الاحتواء سواء بالمال أو التهديد أو إفشاء الاسرار أو إيقاع الاذى به وبمقربيه. في حين يكون **النمط الثالث وهو الزرع**، وقضية هذا النمط قائمة على فكرة تحقيق الاكتفاء الذاتي في تصنيع النخب والرموز، فنمط المنع قد لا يحقق الاهداف المرجوه منه، ونمط الاحتواء قد لا يكون تأثيره تاماً، بخلاف نمط زرع عناصر داخل النخب المؤثرة لتبني رؤى مطابقة لتوجه السلطة الحاكمة، وهو أسلوب أجاد نظام جورج بوش الابن في استخدامه مع الصحفيين المعتمدين في البيت الأبيض، فضلاً عن جمال عبد الناصر الذي اعتمد على زرع العناصر الموالية له في صفوف النخب المؤثرة في المجتمع المصري عبر ثلاث فئات:

الضباط العسكريين المتقاعدين الذين انتشروا في وسائل الإعلام المختلفة.

(١) أحمد فهمي، هندية الجمهور كيف تغير وسائل الاعلام الافكار والتصرفات؟، ط١، مركز البيان للبحوث والدراسات، الرياض، ١٤٢٦هـ، ص ٦٤.
(٢) كما كان الحال بالنسبة لنظام معمر القذافي في ليبيا ونظام صدام حسين في العراق وطريقة تعاملهم مع الفنانين ولاعبي كرة القدم، وموقف نظام حسني مبارك مع الصحفيين ورجال الدين.

رموز الغناء والتمثيل.
التنظيم الطليعي كواجهة حزبية سرية لعبد الناصر، هدفه تجنيد عناصر صالحة للقيادة الثورية للجماهير، واسهم هذا التنظيم دوراً مؤثراً على قادة الرأي أمثال (صفوت الشريف، علي الدين هلال، عصمت عبد المجيد، امين هويدي، أحمد فتحي سرور، مصطفى الفقهي...الخ) [1] .
في الواقع وفي كثير من الاحيان نجد أن الادوات والوسائل الاعلامية التابعة للسلطة أو للاحزاب المهيمنة على الحكومة تسعى إلى مواجهة البرامج والدعوات والمشاريع التي قد تعيق عملها وبقائها بالسلطة، وذلك عن طريق هدم مشاريعها الاصلاحية او دعوات الشفافية والنزاهة ومكافحة الفساد بكل انواعه، ويتم ذلك عبر مهاجمة قادتها وضرب مصداقيتهم بصورة مستمرة وكانه قصف حربي متواصل، والسبب عدم افساح المجال وترك الفرصة لهؤلاء الاصلاحيين من مناقشة الافكار والبرامج البناءة واكسابها بعداً وطنياً وشعبياً، ولتمحى في النهاية هوية تلك الافكار عبر تشويه صورة اولئك الاصلاحيين كي يعود الوعي الجمعي الخامل إلى حالته الاولى.

٢. استراتيجية التأجيل

وهي استراتيجية تطبق في القرارات غير القابلة للتجزئة، أو صعبة التطبيق بشكل فوري، وهي تعتمد على اخذ موافقة الرأي العام شرط أن يكون التنفيذ مؤجلاً إلى مستقبل غير قريب، فمن السهل دائماً قبول التضحية في المستقبل بدلاً من التضحية العاجلة، وهكذا تصبح الفكرة مقبولة شيئاً فشيئاً في أذهان العامة[2] .
إن الهدف الاساسي من هذه الاستراتيجية هو جعل الاشياء غير المرغوبة مقبولة في المجتمع، وذلك عن طريق تبني شعار (مؤلمة لكن ضرورية) ، وأخذ موافقة الجمهور في الحاضر لتطبيقها في المستقبل، فالجمهور غير مطالب بتنفيذها حالياً، ولأن المزاج العام في المجتمع يميل وببلاهة احياناً إلى تأجيل الاشياء ايماناً إن كل شيء سيتحسن غداً، وهذه الخطة تستخدم لاتاحة الفرصة للجمهور للتأقلم مع فكرة التغيير غير المرغوب كما جرى الحال بالنسبة للمجتمعات الأوروبية وانتقالها إلى العملة الاوروبية المشتركة اليورو.

٣. تسريب الأنباء

تعد ظاهرة تسريب الأنباء من أهم الوسائل التي تستخدمها الحكومات لتحقيق

(١) أحمد فهمي (بتصرف) ، مصدر سبق ذكره، ص ٦٤، ص ٧١.
(٢) ظافر مراد، مصدر سبق ذكره، ص ١٩١ .

أهدافها السياسية واجبار الجمهور بصورة غير مباشرة على الالتزام بما يصدر عنها من قرارات وتوصيات، فالتسريب هنا هو نقل معلومات سرية وبطريقة خفية وغير مصرح بها من قبل موظف عمومي أو سري لجهة إعلامية بقصد النشر والاذاعة، وهدف التسريب المتعمد من قبل صانعي السياسات هو حصر تفكير الناس ضمن تلك القرارات

والمعلومات المسربة او الاسماء المرشحة لمنصب كبير معين، وعدم التفكير خارجها ومن دون وعي[1].

٤. توظيف التلفاز في خداع الجماهير

يعتمد السلوك السياسي للمواطن العادي بدرجة كبيرة على الافكار السياسية التي يتلقاها من وسائل الإعلام المختلفة، لاسيما إذا ما ادركنا اهتمامات المواطن العادي ليست سياسية أو تتعلق بالمجمل بالمجال السياسي، وبالتالي فإن معتقداته ومواقفه السياسية قد يستقيها من التلفاز، سواء في اختيار شخصيات أو تبني سياسات أو الحكم على السياسيين كفاسدين أم أكفاء، بمعنى أن المعلومات التي قد يبحث عنها المواطن عن السياسة سيجدها في التلفاز.

إذ يقدم التلفاز الأخبار والمعلومات على وفق طريقة انتقائية وفق نظرية (تدفق الاتصالات الجزئي) وعلى مرحلتين:

الاولى، التوجه صوب فئة معينة كالبالغين مثلاً ولاسيما الذين يصغون للمفكرين والكتاب ولرجال الدين، وبما يتناسب مع معتقداتهم وميولهم السياسية.

الثانية، تبدأ تلك الاقلية بالدخول في مناقشات سياسية مع أفراد عوائلها أو الاصدقاء في المدرسة والشارع والعمل، والاسهام بطريقة أو باخرى في صياغة المعتقدات والميول لديهم وإن كانت خاطئة أو مضللة، ومن هنا انطلقت فكرة نشوء مصطلح (قادة الرأي) ليشكل المصدر الرئيس لافكار البالغين عن الواقع السياسي[2].

والسؤال الذي قد يثار هنا بهذا الصدد ماذا يحصل لو كان هنالك تضارب في المعلومات والتقارير حول خبر ما؟ فكيف سيتم التعامل مع هذه الحالة؟

في العادة تميل القنوات المسؤولة عن خداع الرأي العام باعتماد أسلوب (ناقل الخبر) أي الموصل، فالرسالة أو المعلومة التي تريد إيصالها إلى العامة ستكون

(١) لكي نكون موضوعيين في الطرح نجد ان التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام وتعدد القنوات الإعلامية جعلتنا أقرب لفكرة الابتعاد عن وسائل الإعلام السياسية الرسمية، لذا فان هذه الطريقة في الاساس محدودة الفعالية في التأثير.

(٢) اوستن راني، قنوات السلطة أو تأثير التلفزيون في السياسة الامريكية، ط١، ت١ موسى جعفر، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ص ١٤.

مقنعة إذا ما تعرف العامة على شخصية ناقلها أو موصلها، فمن المحتمل أن تكون المعلومة مقنعة أكثر للجمهور إذا كان الجمهور يحب الناقل للخبر أو يثق به مقارنة مع من لا يحبه أو يثق به. فالسلطة تريد أن توصل ما تريده للجمهور عبر الناقلين أو الموصلين عبر وسائل الاتصال المتنوعة، فالخبر والمعلومة التي تقرأ كلماتها في التلفاز أو الكتاب أو الصحيفة يصعب الاحساس بها مقارنة مع الشخص الذي ينقل تلك الكلمات ويخاطب السمع والبصر بوقت واحد.

تنبع أهمية التلفاز في مجال التضليل وخداع الرأي العام في طبيعة التغطية للاحداث السياسية والمشكلات العامة، وبطريقة ايديولوجية حزبية مفرطة (مع او ضد) ، عبر التركيز على الشخصيات بدل المشكلات، عبر التركيز على الأسماء بدل القضايا الجوهرية، عبر التحكم بسيل المعلومات ما بشأنه أن لا يوفر تغطية كافية لاشباع النهم الكبير للمعلومات السياسية التي تقدمها أنباء التلفزيون[١] .

وهذه الطريقة في التحكم في تدفق المعلومات السياسية تمارس تأثير المخدر في الجمهور، فضلاً عن الطريقة التي تعرض بها من أجل اجبارهم على عدم تذكر وقائع معينة عندما يشعرون أن حدثاً مهماً قد يجعل له تأثير كبير في حياتهم، وبالتالي توجه اهتمام الجمهور نحو قضية من دون اخرى.

٥. تزييف حقائق التاريخ وفق مزاج السلطة

كثيرة هي التجارب الخاصة في الدراسات الأمبريقية[٢] التي تشير إلى أن الناس لا يميلون في الغالب إلى تغيير قناعاتهم بسهولة ويميلون دوماً إلى الدفاع عنها، ولاسيما إذا كان مصدر تلك القناعات سلطة ما أو شخص ذا مكانة اجتماعية دينية كبيرة.

إذ إن اغلب الناس ليست على دراية بالتاريخ، ومن هنا يجد الخداع والتضليل منفذاً له واستغلال هذه الحقيقة من أجل خداع العامة وتمرير رواياته وقراراته عبر تشويه الحقائق التاريخية للخصوم والمعارضين للدولة، لأن الجماهير في الغالب لن تبحث عن الحقيقة ضمن سير التاريخ المعرض للتشويه مبدئياً، وستتلقى المعلومات الملقاة عليها كحقائق مسلمة.

٦. تصنيف الفئات المجتمعية

إن الهدف الاساسي من تصنيف المكونات والفئات الاجتماعية على مسميات عدة ومختلفة هو لقطع الطريق امام المطالبين بالاصلاح وتحسين أدارة الدولة

(١) اوستن راني،مصدر سبق ذكره، ص ٧٨.
(٢) الأمبريقية توجه فلسفي, يؤمن أن كامل المعرفة الإنسانية تاتي بشكل رئيس عن طريق الحواس والخبرة، وتنكر وجود أية أفكار فطرية عند الإنسان، أو أية معرفة سابقة للخبرة العملية.

ومستقبل البلاد، لذا تلجأ بعض الدول إلى تصنيف مجتمعاتها على فئات (سود، بيض، ملونين، خونة، تبعية، بدون، مندسين، صفويين..الخ) ، والعمل على إيجاد ربط ما بين تلك المفاهيم وفكرة الفوضى، ولتظهر السلطة نفسها كجهاز حامي للاستقرار وحارس للمجتمع من تلك القيم الدخيلة، ومنع تلك الفئات من التحكم بمصير البلاد.

٧. صناعة الأعداء ومن ثم تدميرها

يقول هتلر ((لا يجب علينا إبادة كل اليهود، فلو زال اليهود من الكرة الارضية فعلينا أن نخترعهم، فاختراعهم ضرورة لوجود عدو ملموس، لا مجرد عدو مفترض)) ، فهذه القراءة النمطية تساعد على تجهيز الرأي العام لصناعة العدو، وأسلوب يسهل في احتواء المجتمع بأكمله ونقله من مجتمع شديد الكره للعنف والقتل، إلى مجتمع ينادي به ويطالب باستمراره من دون شعور، رغم ايمانهم بأن هذا الدعم قد يتحول ضدهم في حال الاعتراض على القرارات والسياسات الصادرة عن الدولة مستقبلاً.

وفي الحقيقة لا يوجد نموذج يمكن الإشارة إليه في هذا السياق أفضل من النموذج الامريكي في صناعة الأعداء وتدميرهم، فخداع الرأي العام الامريكي والدولي ممكن جداً عن طريق فبركة الأعداء وخلقهم، تلك الصناعة التي تحقق للولايات المتحدة مجموعة اهداف[١]:

إن وجود عدو يعمل على تقليل مظاهر التناقض والغموض في السياسة الامريكية.

حفظ التماسك الداخلي، عن طريق الأنشداد إزاء عدو خارجي في نوع من التعبئة العامة التي تدعم كيان الدولة الداخلي وتشد أجزاءه إلى بعضها إزاء خطر خارجي محتمل أو مؤكد.

إلهاء المواطن الامريكي عن الهم الاقتصادي المحلي وتوجيهه نحو العالم الخارجي، وتجسيد الحكومة الامريكية كآلهة للنور ضد حكام الظلام المسؤولين عن كل الآثام والشرور التي أصابت وستصيب الولايات المتحدة الأمريكية والإنسانية، وبالتالي فان الولايات المتحدة تجد نفسها مجبرة على التصدي للأعداء لحماية القيم الإنسانية، فهذا العدو ليس عدواً عسكرياً او سياسياً فحسب بل هو عدو أخلاقي أيضاً وبالتالي استخدام كافة الوسائل بما فيها الغير قانونية لمواجهته.

ان عقلية إبتكار الأعداء وصناعتهم مهارة امريكية بامتياز، لم تكن تلك المهارة

(١) سعد سلوم، العقل الامريكي تخيل القوة، مجلة النبأ، عدد١٧٧، بغداد، ٢٠٠٥م، ص ٧٢.

وليدة اليوم او الأمس، بل ترجع جذورها إلى تاريخ نشاة الولايات المتحدة كمجتمع مهاجرين، ففي البدء كان العدو الهنود الحمر، ثم الزنوج والملونين، ثم النازية والفاشية وتبعتها الشيوعية، وبعدها اصبح من الضروري البحث عن عدو غير تقليدي حضاري وكان الاختيار للحضارة الإسلامية كعدو مرحلي ومستقبلي للولايات المتحدة، فاخذنا نسمع بمصطلح الإسلاموفوبيا والفاشية الإسلامية في الإعلام الامريكي، وربط الإسلام بمكافحة الإرهاب وليتحول ذلك الربط إلى شعار والشعار إلى إيديولوجيا المتمثل بدول محور الشر، والذي كان سابقاً يتجسد بأمبراطورية الشر السوفيتية[1]، ثم التطبيق الفعلي باختراع تنظيم القاعدة الإرهابي وربط بعض الدول العربية والإسلامية به كمبرر لشن الهجمات واحتلال اراضيها، ومن ثم اختراع تنظيم داعش الإرهابي، الذي هو في النهاية صناعة امريكية وباعتراف رسمي امريكي، وبالتالي خلق صورة ذهنية للعالم بان امريكا هي المسؤولة فقط عن تدميره.

إن أسلوب صناعة العدو هو أسلوب ممزوج مع استراتيجية التسريبات الصحفية او الإخبارية، وهذا الأخير فن يدرس ويطبق بعناية في الولايات المتحدة الامريكية بعد احداث أيلول، ليس من جهة موزع الاخبار الذي يخاطر باحتمال وصفه بالخائن، بل من قبل المستلم الذي قد يتسبب بإثارة مشاعر معينة من قبل العسكريين والسياسيين، فبالنسبة لـ (جورج بوش الابن) إن الصحافة الامريكية لا تستحق سوى التلاعب بها وتزويدها بالاخبار الكاذبة والصور الممنوعة غير المراقبة، أو تزويدها بالاخبار المزيفة والمسيطر عليها والتي تخدم فلسفة صناعة الاعداء للولايات المتحدة الامريكية، وفي حال تم الكشف عن تلك المعلومات المزيفة والتي غالباً ما كانت تتعلق حول التحضيرات لضرب العراق كان الصحفيون الامريكيون يرون صعوبة في تصديقها وتقديمها للرأي العام الامريكي المعبأ اساساً بفكرة اختراق الإرهاب لامريكا، لذا فإن أحد الاسئلة التي طرحها الصحفيون الامريكيون على أنفسهم بعد احداث أيلول تركزت حول مدى مصداقية عملهم في الترويج للاخبار الكاذبة، فهم يشعرون بالخوف والمخاطرة بنشر تحليلات ومعلومات لا ترضي الادارة الامريكية بشكل عام وجورج بوش على وجه الخصوص، كي لا يتم اتهامهم على أنهم جزء من طابور خامس غير وطني موالي للاعداء[2] .

---

(١) حسن سعد عبد الحميد، حوار الحضارات بين مشروع الهيمنة الأمريكي والأصولية الإسلامية، ط١، دار السنهوري، بيروت، ٢٠١٦م، ص٣٢٢، ص ٣٢٣.
(٢) عبد الحليم حمود، مصدر سبق ذكره، ص ٦٠.

هذه الاجواء المشحونة بالخوف استغلتها الإدارة الامريكية وأكثرت من التسريبات الإخبارية والصحفية في سبيل تحقيق كل ما يريدونه في العراق وغيره، الهدف المعلن التاكيد على وجود اعداد وخصوم جدد للولايات المتحدة الامريكية من جهة، وتضليل وتطويع الصحافة والرأي العام الامريكي والدولي من جهة اخرى. فالإعلام بالنسبة للولايات المتحدة الامريكية هو مفتاح السياسة لخداع الرأي العام، ولنا في تجربة نظام صدام حسين مفارقة واضحة في ذلك، ففي البدء روج الإعلام الامريكي له كرجل جيد لامريكا، وهو شخصية ديمقراطية يستورد ٤٠٪ من المواد الغذائية منها، والعراق أكبر سوق نفط تجاري للولايات المتحدة في المستقبل القريب، ولكن في ليلة وضحاها انقلب الرأي العام ليصفه بالمجرم والمستبد لأن ضرورات اخضاع الرأي العام في تلك المرحلة تتطلبت ذلك[١].

في المحصلة نجد ان فبركة الاعداء وصناعتهم هي مرحلة ضرورية لتوجيه انظار (القطيع الشارد[٢]) إلى مكان آخر بعيداً عن البطالة والفقر والصحة والتعليم والوظائف، والتركيز على الافلام والمسلسلات التلفزيونية ومباريات السلة وكرة القدم التي لا تنتهي من اجل اللالهاء، وهو سيناريو مكرر دوماً وإن تغيرت المظاهر.

٨. أسلوب صناعة الاغلبية الوهمية

تسعى كثير من وسائل الإعلام التابعة لأحزاب السلطة في مختلف دول العالم (الديمقراطية والدكتاتورية) إلى محاصرة الرأي العام برأي خاص أو قضية محددة أو مرشح معين، وتعمل على ترديد ذلك الرأي في وسائل مختلفة، ليصل الأمر إلى فبركة استطلاعات رأي لحث الجماهير لاتخاذ الرأي نفسه أو الموقف وتبنيه بعده رأي الاغلبية المصطنعة.

وفي حال وجدت معارضة لتلك الاستطلاعات فان اولئك المعارضين في الغالب سيلتزمون الصمت والسكوت خوفاً من الاضطهاد والعزلة الاجتماعية، وهي حالة تزيد من صناعة التأييد للاغلبية الوهمية وقلة الاعتراضات. وهذه الطريقة لجات إليها الولايات المتحدة الامريكية وعلى لسان (كولن باول) فيما يخص امتلاك العراق لأسلحة دمار شامل، وكان المسعى هو إعادة تشكيل الرأي العام الامريكي والدولي وصناعة تأييد لاغلبية وهمية تتناسب مع رؤية الإدارة الامريكية في تحديد الطريقة والسلوك الواجب اتباعه مع العراق، وتحويل

(١) عبد الحليم حمود، مصدر سبق ذكره، ص ٣٢.

(٢) نقصد بالقطيع الشارد هنا الجماهير حسب تعبير نعوم تشومسكي.

الـرأي الشـخصي للبيـت الأبيـض وكأنــه رأي دولــي باللــزوم.

٩. نظرية سيادة الجنس الاعلى

قدمـت النازيـة ومـن بعدهـا الفاشـية ظاهـرة خـداع جديـدة للجماهيـر والمتمثلـة بنظرية تعبئـة الـرأي العـام المحلـي علـى اسـاس السـيادة الوطنيـة للجنـس وبصـورة متطرفـة، والتــي تـم اسـتغلالها مـن قبـل القـوى الاسـتبدادية والانتهازيـة مـن اجـل السـيطرة علـى الشـعب، وتوجيـه سياسـة الدولـة لصالحهـم.

فالحـرب علـى وفـق الفكـر النـازي أداة ضروريـة للتحكـم بالجماهيـر وسـيادة الجنـس الأري، فمـع اسـتمرار الحـرب وتوسـعها فـان ذلـك يعنــي المزيـد مـن الصناعـات والاسـواق وازدهـار سـوق السـلاح، فضـلاً عـن أن الحـرب تسـهل مـن عمليـة تجنيـد الشـباب والرجـال للقضـاء علـى البطالـة، عـلاوةً علـى أن المجتمـع أكثـر اسـتعداداً للتضحيـة بقوتـه البشـرية فـي حالـة الحـرب، وبالتالـي فـان مطالبـه سـتنحصر فـي تلبيـة متطلبـات قوتـه اليومـي بـدلاً عـن المطالبـة بقضايـا الاصـلاح.

إن اسـتمرار الحـروب فـي الفكـر النـازي والفاشـي يسـمح للسـلطة بسـن القوانيـن الاسـتثنائية وإعـلان الاحـكام العرفيـة فـي أي وقـت، وتحـت حجـة تعـرض الوطـن لمخاطـر وتكـون واجهـة لتصفيـة وإخمـاد الاصـوات المعارضـة.

المبحث الثالث
الرأي العام الإلكتروني

شهد مطلع القرن الحالي نمواً وتطوراً غير مسبوق في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ذلك النمو والتطور الذي شمل كل نواحي الحياة ومنها الوسائل غير التقليدية للإعلام والتواصل مع الجمهور، إذ أدى ذلك إلى ظهور وبروز ما يعرف بالرأي العام الإلكتروني عبر الاستخدام الواسع والكبير لبرامج وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.

فظهور تلك البرامج التي تمتاز بالعصرية والفكرة الجديدة شهدت إقبالاً غير مسبوق من لدن الأفراد من كل دول العالم عليها، حتى أصبح من النادر أن لا ترى شخصاً لا يملك حساباً في تلك الوسائل، فالأفراد والمواطنون من جميع بقاع العالم أخذوا بالانسحاب تدريجياً من الوسائل التقليدية للإعلام ومصادر الاخبار والمعلومات كالصحف والمجلات والاذاعة والتلفزيون، ويقضون أكثر الاوقات في تصفحها، وهو ما أثار قلق السلطات والجهات التي تمارس ادوات خداع الرأي العام، وأخذت تبحث في استثمار تلك الوسائل لتحقيق هدفها القديم وبطرائق جديدة تتلاءم مع التطورات الجديدة، ولعل هذا ما يسعى هذا المبحث بتسليط الضوء عليه عبر الحديث عن مفهوم الرأي العام الإلكتروني وتكتيكات الخداع التي تمارس ضده.

المطلب الأول
ماهية الرأي العام الالكتروني

شكل تطور شبكة الانترنت ثورة هائلة في مجال انتشار المعلومات والمعارف والبيانات بصورة فورية وسريعة وواسعة، وإتاحتها أمام أكبر عدد ممكن من الأفراد في شتى بقاع العالم، الامر الذي أدى إلى كسر احتكار الدولة للمعلومات وتوظيفها لتحريك الرأي العام بالطريقة التي تناسبها، فضلاً عن تزايد حجم الفاعلين والمتفاعلين مع تلك الاخبار والمعلومات والذين شكلوا اللبنة الأولى لظهور ما يعرف بالرأي العام الإلكتروني. فالتطور السريع للانترنت وبتقنياته الحديثة بدأ يؤثر سريعاً في الحياة المجتمعية للأفراد عبر تقديمها لعدد لا حصر له من الخدمات، إذ قدمت برامج وتطبيقات للتعبير عن الرأي سواء بصورة فديوية كاليوتيوب، أو بصورة مكتوبة كالفيسبوك وتويتر، وهي برامج أثرت في حياة الأفراد (تأثيراً وتأثراً) ، ليتم استغلالها لاحقاً في ظل غياب الرقابة

الصارمة والتشكيك بمصداقية الاخبار والمعلومات الواردة فيها، ولتكون احدى ادوات ترويض الرأي العام وخداع الجماهير رقمياً.

ففي المدة الاخيرة ظهرت مصطلحات ومفاهيم جديدة تتعلق بنوع جديد من أنواع الرأي العام وهو الرأي العام الإلكتروني، والذي يقصد به كل فكرة أو اقتراح أو رأي أو مشاركة يعبر عن توجه معين ويدافع عن آيديولوجية بعينها، أو ينبع من تجربة شخصية سواء أكانت فردية أم جماعية، إزاء سياسة عامة معينة، والتي يمكن توصيلها كرسالة اتصالية عبر الانترنت، لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قبل من يملك أو يستطيع استخدام الانترنت، والاطلاع في الوقت نفسه على تلك المواقع التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما يعرف بالرأي العام الإلكتروني[١] .

إن الرأي العام الإلكتروني هو ذلك الوصف الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الانترنت، أو هو الفكرة السائدة بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية ومنصات التعبير عن الرأي في الواقع الافتراضي، تجمعهم وتربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة[٢] .

فالرأي العام الإلكتروني عبارة عن مجموع آراء جمهور المشاركين عبر التقنية الإلكترونية في زمن محدد تجاه قضية أو موضوع معين تعرضوا له وبادروا إلى الكشف عن رأيهم بشأنه سواء لكونه يلامس اهتماماتهم أو لأنهم تأثروا بطرحه للمناقشة أو الحوار [٣] .

ويمكن القول إن الرأي العام الإلكتروني هو مجموع آراء الأفراد على شبكة الانترنت نحو قضية ما، مما يحتم على الحكومات متابعة وتحليل اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمساعدتها على رسم السياسات وإتخاذ القرارات بما يتلاءم مع الرأي العام الإلكتروني والذي يعد قوة سياسية لا يستهان بها، فهو كالريح له ضغط وثقل هائل لكن لا نراه أو نمسك به.

في الواقع إن طريقة تشكيل وتكوين الرأي العام الإلكتروني يحتاج إلى توفر

(١) فتحي حسين عامر، الرأي العام الإلكتروني، ط١، دار الجامعات للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٢م، ص ١٦٤.
(٢) محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط١، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٨م، ص ٦٦.
(٣) متعب الهماش، الرأي العام الإلكتروني، مجلة الأمن والحياة، عدد٣٠٤، جامعة نايف للعلوم الآمنية، الرياض، ٢٠٠٧م، ص ٤٨.

متغيريـن مهميـن[1]:
**الأول ** مسـتوى التعليـم للمسـتخدم ومـدى تواجـد شـبكة الاتصـالات والانترنـت ووسـائل التكنولوجيـا الحديثـة.
**الثانـي ** مـدى قـوة شـبكة الانترنـت المتوفـرة، وعـدد الاماكـن المتاحـة لتقديـم خدمـات الانترنـت للجماهير.
وبنـاءاً علـى مـا تقـدم يتضـح لنـا جليـاً إن الـرأي العـام الإلكترونـي يتمتـع بجملـة مـن السـمات والخصائـص والتـي يمكـن أن نوجزهـا فـي:
١. سرعة الانتشار والوصول لأكبر عدد ممكن من الناس وبزمن قياسي.
٢. سرعة التفاعل مع القضايا سواء كانت سياسية، أمنية، ثقافية..الخ.
٣. التغير باستمرار.
٤. تنوع ادوات تشكيله عبر:
- البريد الإلكتروني
- المدونات
- استطلاعات الرأي الإلكترونية
- المنتديات
- رسائل sms
- التعليقات الإلكترونية التفاعلية
٥. إذا كان الـرأي العـام التقليـدي يتبلـور عـن طريـق النقاشـات المتاحة فـي الفضاءات العامـة، واعطـاء الحريـة الكاملـة لإجـراء النقاشـات وتبـادل الأراء، فـإن الـرأي العـام الإلكترونــي قــدم فضــاءات ممتــازة لتبــادل الآراء والمعلومــات وإجــراء النقاشــات والحـوارات، وفتـح البـاب امـام المزيـد مـن المشـاركين، ممـا يفتـرض أن هـذا الـرأي يكـون أكثـر نضوجـاً وعقلانيـة وشـمولية مـن الـرأي العـام التقليـدي.
٦. إن قـادة الـرأي فـي الـرأي العـام الإلكترونـي هم ليسـوا بالضرورة اصحـاب المكانة الاجتماعيـة والدينيـة المتميـزة، بـل هـم النشـطاء فـي مواقـع التواصـل الاجتماعـي الذيـن قـد يكونـون اشـخاص عادييـن قادريـن علـى الوصـول إلـى الجمهـور وتحريـك مشــاعرهم، نظـراً لمهاراتهـم فــي اسـتخدام وسـائل التواصـل الاجتماعــي ، فقــادة الـرأي العـام الإلكترونـي قـد يكونـون داخـل حـدود الدولـة أو خارجهـا.
٧. انخفـاض قيمـة تكلفـة قيـاس واسـتطلاع الـرأي العـام الإلكترونـي مقارنـة بنظيـره

(١) مراد بن علي زريكات، تأثير وسائل الاتصال الإلكترونية في الرأي العام، مركز البحوث والدراسات، كلية الملك فهد الأمنية، ندوة الجرائم الإلكترونية الملامح والأبعاد، دراسة متاحة على الرابط إدناه:
html.http://www.muradzuriekat.com\articles١٧

التقليـدي.
٨. اسـهم الـرأي العـام الإلكترونـي فـي إنتـاج العديـد مـن المفاهيـم والمصطلحـات الجديـدة وهـي:

- مفهوم الديمقراطية الافتراضية
- مفهوم المواطنة الافتراضية
- مفهوم صدى الغرفة
- مفهوم المزاج العام الإلكتروني
- مفهوم حارس البوابة في الشبكات الاجتماعية
- مفهوم تحدي الصمت
- مفهوم الخروج عن الاجندات
- مفهوم النشاط الإلكتروني
- مفهوم السخرية عبر الشبكات الاجتماعية

على الرغم من ذلك يعاني الرأي العام الإلكتروني من جملة من السلبيات:
١. مـن الصعوبـة فـي حـال قيـاس الـرأي العـام الإلكترونـي التحقـق مـن هويـات الأفـراد المشـاركين فـي الـرأي العـام الإلكترونـي فـي بعـض الحـالات.
٢. اقتصاره فقط على الانترنت.
٣. عدم وجود جدية في العامل مع القضايا الحاسمة والمصيرية.
٤. عدم ثقة الجماهير بنتاج استطلاعات الرأي العام الإلكتروني.
٥. غياب الرقابة العلمية في تحليل ونقل نتائج الاستطلاع الإلكترونية.
٦. سهولة التزوير والتلاعب بالنتائج.

فـي المحصلـة يمكـن القـول ان الكثيـر مـن فئـات المجتمـع تلجـأ إلـى وسـائل التواصل الاجتماعـي كـرد فعـل علـى السـيطرة الحكوميـة علـى الإعـلام التقليـدي، لـذا وجـدت فـي وسـائل التواصـل أماكـن آمنـة لهـم، لـذا نجـد أن الممارسـين والمسـتفدين مـن هندسـة العقـل وخـداع الـرأي العـام يلجـأون لممارسـة هواياتهـم بالتضليـل والخـداع علـى المستوى الإلكترونـي، وتحويلهـا مـن ادوات تمـرد ضـد السـلطات إلـى وسـائل سـيطرة علـى الفكـر والـرأي، وخلـق الجـدل المسـتمر وانقسـام الأراء حـول القضايـا السياسـية الحساسـة، وهـو مـا سنسـتعرضه فـي المحـور القـادم.

المطلب الثاني
أساليب خداع الرأي العام الإلكتروني

إن تضليل الرأي العام الإلكتروني وخداعه اصبح وظيفة معترفاً بها رسمياً وتحت عناوين عدة ومنها (وكالات للاستشارات السياسية) ، إذ تستخدم تلك الوكالات تقنيات التكنولوجيا الحديثة ووسائل الإعلام المختلفة ووضعها في خدمة الزبائن السياسيين من أجل إفساد المشهد السياسي، ونشر الاخبار الزائفة، والمغالاتة في التضليل بالنسبة للمتلقين، كل ذلك يجري على وفق الاجندة السياسية للزبائن، فضلاً عن اكتساح الفضاء الالكتروني بموجات متتالية من البيانات والاخبار التي يصعب معها التمييز بين الصائب والمنطقي، وبين المزيف والمفبرك[1] .

فالجهود الرسمية في عدد من دول العالم أخذت بالتركيز وبصورة متزايدة على وسائل التواصل الاجتماعي والضخ عبرها بالمئات من الاخبار والتقارير والآلاف المنشورات والتغريدات والفديوهات مستهدفة الجمهور بشكل يومي وعلى مدار الساعة، منها ما يستهدف كبار المسؤولين، ومنها ما يستهدف العامة من المواطنين أو الطبقة المثقفة، كل ذلك يجري في إطار إعلامي ممنهج في سبيل إقرار موقف سياسي واستقراره في ذهنية الرأي العام لتحقيق أهداف خاصة بالسلطة.

هذا الأسلوب ممارس في عدد من دول العالم ومنها الولايات المتحدة الامريكية التي اعتادت على وضع مواطنيها في حالة من الخوف والقلق والذعر الدائم عبر تقارير ومنشورات رقمية مسيطر عليها، بهدف تمرير أي فكرة إلى عقولهم وتقبلها، فالمواطن الامريكي الخاضع لضربات الخوف الممنهج سيخضع لضغوط نفسية تحاصره بالإعلام التقليدي والإلكتروني ويكون هاجسه الأول الأمن، وحينها سيتقبل وبصورة قد تكون لا إرادية حجم الاكاذيب والمبالغات التي تم عرضه عليه من طرف البيت الابيض، ومن دون مقاومة تذكر، وهو ما يطلق عليه أسلوب تحفيز مشاعر الخوف والذعر لدى الجمهور.

ولعل السؤال الجوهري الذي يطرح بهذا الصدد وهو **لماذا تلجأ الولايات المتحدة أو أية دولة اخرى لفبركة الاخبار والمعلومات إلكترونياً؟ لماذا تركز أكثر على وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالإعلام المرئي؟**

في الحقيقة أن تاريخ فبركة الاحداث والاخبار وتزييفها مرتبط بشكل كبير

---

(١) نواف التميمي، التواصل السياسي لـ (كامبريدج أناليكتا) : فبركة الأخبار وهندسة الجمهور، مادة منشورة، مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠١٨م، ص ٢.

بتاريخ تطور وسائل الإعلام، أي أن ظاهرة الفبركة ليست بالامر الجديد أو الطارئ، إلا أن قضية الاخبار المزيفة بدأت تتجسد جلياً في مواقع التواصل الاجتماعي وبزخم كبير بعد الانتخابات الرئاسية الامريكية (٢٠١٦م) ، بعد ان أثار ترامب المخاوف حول الاخبار المزيفة وتأثيره في سباق الانتخابات، ولتتحول هذه العبارة إلى وصف لظاهرة الإعلام الإلكتروني الجديد [١] .

ومنذ تلك الحادثة اخذت فبركة الاخبار ألكترونياً تطوراً واسعاً في المواقع الإلكترونية، وأصبحت تردد بصورة مستمرة على لسان السياسيين لا سيما في السباق الانتخابي نحو كرسي الرئاسة في البيت الابيض بين كل من (هيلاري كلنتون، ودونالد ترامب) ، إذ انتشرت عبارة اخبار مزيفة على محرك البحث غوغل مثلاً في اثناء تلك المرحلة حوالي خمسة ملايين مرة، واثنين مليون مرة بالنسبة لبرنامج التواصل الاجتماعي الامريكي تويتر[٢].

إن اللجوء لفبركة الاخبار والحقائق إلكترونياً يسهل على ممارسيه سهولة اخفاء الهوية، وصعوبة التتبع والملاحقة القانونية، والشعور بالأمان النوعي في نشر الاخبار المضللة للرأي العام أو ضد الخصوم، وتزداد هذه الحالة عبر تمويل صفحات معينة وفي اوقات مختارة بعناية في أثناء مدة الانتخابات أو الاضطرابات السياسية، في سبيل خداع وهندسة الجمهور الرقمي لصالح جهة ما.

هذا الامر قد يسهل علينا في الربط بينها وبين ما يعرف باسم الجيوش الإلكترونية والذباب الإلكتروني، فالجيوش الإلكترونية هي فرق متخصصة بالمجال الرقمي، تعمل على وفق خطة او أجندة خاصة تسعى إلى اختراق مواقع الخصوم، والترويج لوجهات نظرهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي دعماً للسلطات أو للجهة الممولة لها، والعمل على إسكات الاصوات المعارضة، فضلاً عن فبركة الاحداث ونشر الاشاعات.

وعلى الرغم من أن مصطلح الجيوش الإلكترونية ذا طابع أمني بحت، إلاَ انه من الممكن توظيفه سياسياً لدعم جهود خداع الرأي العام وتضليل الجمهور، عبر نشر الاشاعات والأكاذيب التي تربك رؤية الناس للحقيقة، وتوجيههم باتجاه معين، ويتم هناك اختيار الأفراد للعمل في الجيش الإلكتروني على وفق مواصفات خاصة كالخبرة في استخدام الانترنت، المهارة في صياغة الفبركة

---

(١) نواف التميمي، مصدر سبق ذكره، ص ٧.

(2)Wending Mike (The almost complete history of fake news), on: http://www.bbc.com\news\blogstrending42724320

ونقل الأخبار، اجادة التلاعب في برامج التصميم الفوتوشوب، فضلاً عن القدرة على التعامل مع المعدات التقنية الحديثة. فالتطور السريع لوسائل التواصل الاجتماعي فسح المجال لتلك الجيوش أن تؤدي دوراً في تشكيل الرأي العام والتلاعب به، واعتماد فئة واسعة من الجمهور عليها كمصدر رئيس للأخبار، ولتستخدم كمنصة رقمية نشطة لتكذيب الخصوم واختلاق الاحداث[1]، ولعل احدى التقنيات التي التي يعتمدها الجيش الإلكتروني عمل العشرات وبل المئات من الحسابات المزيفة والوهمية وبأسماء وعناوين مختلفة، للعمل على دعم وترويج الأكاذيب المطلوب تمريرها وإرسالها للجمهور المستهدف، فضلاً عن السعي لاختراق حسابات الخصوم والتبليغ عليها من أجل الحفاظ على نفوذها وسيادة اتجاهاتها السياسية من دون منافسين. فالجيش الإلكتروني يعمل على ضخ كميات كبيرة من المعلومات الموجهة وإنشاء شبكات افتراضية تحاول سوق الجماهير باتجاهات محددة، وهي في الواقع ممارسات مخادعة تنافي فكرة العقلانية في مخاطبة الرأي العام، والمصداقية في تداول المعلومات ومناقشتها[2].

ولا تمانع تلك الجهات من اجل اتمام مهامها في الخداع والتضليل من العمل على إيقاظ النزعات العصبوية والدينية والعشائرية والقومية وحتى المناطقية، وتسخيرها في شبكات التواصل الاجتماعي من اجل تشتيت فكر المجتمع، وعدم منحه الفرصة للترابط والتوحد التي قد تسهل عليه الخروج عن سيطرته. فجنود الجيش الإلكتروني (الذباب الإلكتروني) هم مقاتلون أوفياء لتلك الجهات، يملكون أسماء وحسابات كثيرة في العالم الافتراضي، يقدمون آراء وأخبار الممولين وكأنها أخبار وأراء الرأي العام للمستخدمين الذين يبدون وكأنهم مجتمعون على رأي واحد أو التغريد بلغة واحدة، الامر الذي قد يقنع الكثير من الأفراد بمصداقية الحدث أو الخبر المعروض امامهم.

في العادة يميل الإنسان إلى تصديق امر ما إذا كان مصحوباً بمثال عملي أو تجربة شخصية، فهو يقتنع بالفكرة بصورة اسرع من خلالها محاكاتها مع الآخرين، لاسيما إذا كانوا من ذوي التأثير والشهرة. ففي الإعلام الإلكتروني تستخدم أساليب المحاكاة الرقمية كأداة لخداع الجمهور الرقمي عبر استخدام

(١) بعد أن أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي متاحة للجميع تقريباً، بدأت تظهر ظواهر المعارك الإلكترونية بين الخصوم دفاعاً للاتجاهات السياسية التي يمثلونها، من خلال بث الاشاعات وإعادة نشرها في مواقع مختلفة، وهو ما يطلق عليهم أسم الذباب الإلكتروني

(٢) بشير زين العابدين، إدارة المشاريع السياسية في عالم عربي متحول، ط١، مركز مشارك، المملكة المتحدة، ٢٠٢٠م، ص ٣٢٣.

المشاهير في الترويج لسلوك أو اختيار موقف معين، إذ تظهر الشخصية المشهورة في وسائل التواصل الاجتماعي على سبيل المثال وهي تمارس العمل المستهدف بالترويج، وذلك من أجل دفع الناس لمحاكاته[1]* .
وفي كثير من الاحيان يتم استخدام أشخاص عاديون غير معروفين للترويج لتلك الاخبار، وهنا نجد سواء بالحالة الاولى أو الثانية أن الإنسان لا يفكر كثيراً بالاحصائيات بقدر ما يفكر بالامثلة والنماذج التي تخاطب حواسه صورياً وفديوياً، وبالتالي تكون فرص وقوعه بالخداع والتضليل كبيرة جداً، أو على الاقل حاضرة في ذهنه، وهو الأسلوب الاوسع انتشاراً بهذا المجال[٢] .
بناءَ على ما تقدم يتضح لنا جلياً تزايد الاهتمام في ممارسة هذه الأساليب لحشد التأييد للرأي العام الإلكتروني وممارسة الخداع والتضليل ضده، نظراً لما له من قوة تأثير فعالة في الانشطة السياسية المختلفة، فالاندفاع نحو إبراز المواقف السياسية يكون أكبر واوسع في وسائل التواصل الاجتماعي سواء كان ذلك بصورة (تحشيد، تأييد، تحريض، تنظيم) .
فتسويق المعلومات ونشرها عبر المواقع الإلكترونية له أثر بارز في حياة الأفراد لاسيما المراهقون الذين يتبادلون الرسائل والصور والمقاطع الفديوية بكثرة، وسهولة تجمعهم وتجميعهم في مكان واحد أو صفحة واحدة، ليكون التأثير عليهم أسهل إزاء اهتماماتهم بالقضايا السياسية.

(١) يستخدم هذا الأسلوب بكثرة في مجال الترويج للمنتجات الطبية والتجميلية، فضلًا عن المطاعم والمحال المشهورة، وفي مجال الدعاية السياسية.
(٢) للمزيد أنظر إلى، أحمد فهمي، مصدر سبق ذكره، ص ٥٧.

المطلب الثالث
لماذا يخدع أو ينخدع الرأي العام

يعاني الإنسان لاسيما في العالم العربي من الكثير من المشكلات والهموم، حتى تكاد المصائب تصبح جزءاً من هويته الانتمائية، وحق من حقوقه الإساسية! ، وفي خضم عاصفة المشكلات والفوضى التي يعيشها الإنسان هل سبق له أن طرح تساؤلاً ذاتياً على نفسه **لماذا يمارس الإعلام الكذب عليه؟**
لماذا يخدع الرأي العام؟
لماذا يقع بسهولة في أساليب الخداع والتضليل بسهولة؟
في الحقيقة قد يتبادر إلى الذهن إزاء تلك الاسئلة جواب نابع من فرضية مفادها أن الإعلام سيتوقف عن الكذب عندما يتوقف الجمهور عن تصديقه باستمرار، وكلما كان الرأي العام على درجة كبيرة من الوعي المعرفي والثقافة العامة الواسعة كلما كانت فرص وقوعه في فخاخ التضليل والخداع نادرة أو شبه معدومة، وهذه الأجابات أو الفرضيات قد تبدو غريبة للبعض ومخيفة لواقعها التطبيقي، لكنها بذات الوقت تحتاج إلى أن نقدم لها جهداً استثنائياً تفكيكياً حول كيفية تفسير ذلك.
في الواقع أن عملية استمرار وقوع الرأي العام في الخداع والتضليل تعود إلى أربعة أسباب:
١. الافتقار إلى القدرة على النقد.
٢. الكسل في كشف الحقيقة أو التثبت منها.
٣. الأطر المرجعية.
٤. الكذب المتقن (المخلوط والممزوج).

١- الافتقار إلى القدرة على النقد

لا تستغرب إذا ما علمت أن القدر الأكبر من المعلومات التي تتلقاها يومياً تعتمد على معايير نقدية سطحية، فالقدرة النقدية لأي إنسان ليست مطلقة، بل في كثير من الاحيان يضطر الإنسان المثقف إلى تقبل افكار ومعلومات من دون أن يتعامل معها بحاسة نقدية، فلا يوجد إنسان يمتلك كل أدوات النقد، وهذا الامر ينسحب إلى النسبة العاليه من الجماهير التي من الممكن أن يمرر عليها معلومات وقرارات وسياسات دون فحص أو تدقيق من قبلها، فالبديهي عند تلك الجماهير بالنقد التعامل مع فكرة الثقة بالمصدر، أو الافتراض المسبق أنه لا

يمتلك دافع للكذب، أو الاعتماد على شكليات لا علاقة لها بالمصداقية كرجل دين مثلاً او شخص ملتحي ذي وقار، أو مثقف مرتب الهندام، وهو أمر يسهل من خداع الرأي العام وخلق صعوبة لديه في التمييز بين الكذب والصدق، الخطأ أو الصواب(١) .

يفسر علماء النفس ذلك بأن الإنسان بطبيعته يميل إلى تضخيم ذاته، ولا يعترف بعدم قدرته على التمييز بين المختلفات، ولا يظهر عجزه النقدي امام الناس، لذا يميل إلى التصديق لكل ما يعرض عليه سواء من طرف السياسيين أو الإعلاميين أو أي جهة اخرى(٢) .

٢- الكسل في كشف الحقيقة أو التثبت منها

لا يمتلك الإنسان أو على الاقل لدى الغالبية من الجمهور وقتاً كافياً للتدقيق والتأكد من دقة وصحة المعلومات التي يتلقونها، فالحياة الاجتماعية تقوم على الثقة وتفويض التثبت إلى أخرين، وعندما يعتمد احدهم معلومة شاهدها في التلفاز أو استمع لها في اراديو، أو قراها في مجلة أو صحيفة أو كتاب ما، فأنه يفترض غالباً أن احدهم قد تثبت منها وتأكد من مصداقية ما ورد فيها من معلومات(٣)، وهذه الاشكالية تعود اسبابها إلى الجهل الثقافي والمعرفي، وعجز المتلقين من التثبت من مدى مصداقية المعلومات التي تلقاها، فضلاً عن صعوبة تتبع كل المعلومات في عصر لا يعرف التوقف أبداً(٤) .

وإذا ما فرضنا سلفاً أن التدقيق في المعلومات ممكن، وتم كشف زيفها، إلاَ أن ذلك لن يؤثر في الغالب، لأن المعلومة وجدت طريقها وانتشارها لدى الرأي العام، ويسهل الامر لاحقاً باعتذار مقتضب احياناً، وهذه الطريقة ممارسة بكثرة في الولايات المتحدة الامريكية، فعلى سبيل المثال عرضت قناة (أي بي سي نيوز) الامريكية تقريراً عن بعض المنازل المدمرة في قطاع غزة عام ٢٠١٤م،

(١) على سبيل المثال لو اطلعت على مقال أو بحث تخصصي لجوزيف ناي أو نعوم تشومسكي، أو انطونيو غوردسمان، أو صادق الأسود، مها الحديثي، مازن الرمضاني، حسان شفيق العاني وأخرين، فأنت بالتأكيد ستهتم وبكل ما يرد به من معلومات نظراً لانطباعاتك الأولية عنهم كعلماء ومفكرين، ولن تتثبت او تتحقق من مدى مصداقية المعلومات التي أوردوها حتى لو كانت منشورة في مكان عادي غير معروف، بينما لو كانت ذات المعلومات منسوبة لكاتب أخر غير معروف فستكون متشككاً بمعلوماتها ونتائجها، وهذه هي الثغرة التي ينفذ من خلال الخداع والتضليل للرأي العام.

(٢) أحمد فهمي، مصدر سبق ذكره، ص ١٥٩، ص ١٦١.

(٣) هذه الحالة نجدها وبكثرة في البحوث الاكاديمية وفي الرسائل والاطاريح الجامعية، حيث يعتمد الطلبة على ما ورد فيها من مصادر منق
ولة واستخدمها في نشاطاتهم البحثية دون التثبت من دقة المعلومة الواردة فيها من المصدر الأصلي.

(٤) أحمد فهمي، مصدر سبق ذكره، ص ١٦٢.

وتقف امام تلك المنازل أمرآة عاجزة عن الكلام من شدة الصدمة، فوصفت المذيعة الاخبارية أن تلك المنازل المدمرة اسرائيلية نتيجة لصواريخ فلسطينية، وأن المرآة الاسرائيلية مصدومة من هول الدمار، لكن بعد يومين من إذاعة ذلك التقرير الاخباري تم التنبه لذلك الخطأ، واعتذرت المذيعة الاخبارية عن ذلك بصورة مختصرة عبر كتابة بضعة كلمات على صفحتها بتويتر، وهنا نجد أن التصحيح اقتصر على عدد محدود من الجمهور وهم المتابعون لصفحة المذيعة، مقارنة بعدد المتابعين والمشاهدين للكذبة في التلفاز، والذي قدم وعولج صورياً وفديوياً وصوتياً(١).

هذا الكسل الجماهيري في تتبع والتحقق من مصداقية الاخبار والمعلومات قدم وفسح الفرصة للسياسيين من خداع الرأي العام والتلاعب به.

٣- الأطر المرجعية

يرتبط التسليم بقبول صحة المعلومات بالإطار المرجعي الذي يستخدمه كل شخص في تصنيف المعلومة أو تقويمها، فإذا كانت تنسجم بصورة مباشرة مع هذا الإطار، زادت فرص تصديقها، لذلك تمارس وسائل الإعلام المختلفة إطلاق المعلومات المضللة بصياغة تتوافق مع الإطر المرجعية لفئات الجمهور المستهدف، أو إطلاق معلومات تتوافق مع ما يعرفه الجمهور ومع ميوله واتجاهاته، وفي العادة ما تكون تلك المرجعيات الخاصة بالتصديق متمحورة حول ثلاث فئات(٢):

مرجعيات دينية أصولية، تتوقع أن تحل نهاية العالم في أي لحظة وبصورة مفاجئة.

مرجعيات الخوف من الحروب أو تهديد خارجي سيجتاح المجتمع.

مرجعيات خاصة بقوة العلم.

٤- الكذب المتقن (المخلوط والممزوج)

في الإعلام لا يوجد شيء اسمه حقيقة كاملة أو اخلاق فاضلة أو مصداقية تامة، ومهما كانت الوسيلة الإعلامية موضوعية قدر الامكان إلاَ أنها تعرض جزء من الحقيقة والمخلوط ببعض من الكذب والعكس صحيح.

في العادة لكي توصل رسالتك المضللة للرأي العام، ولكي تحقق معلوماتك غير الدقيقة أكبر قدر ممكن من النجاح والانتشار، عليك بخلط المعلومة الكاذبة

---

(١) أحمد فهمي، مصدر سبق ذكره، ص ١٦٣.
(٢) المصدر نفسه، ص ١٦٣ وما بعدها.

ببعض المعلومات الصادقة، حتى تكتسب مصداقيتها ويسهل تمريرها للرأي العام، وهنا وعلى سبيل المثال لا الحصر أشار الكاتب (أحمد فهمي) إلى درس واقعي حول هذا الموضوع، فذكر على سبيل التمرين الحالة الآتية:
(الرئيس الامريكي باراك أوباما يخطط لإقامة دولة إسلامية في سيناء، وذلك عن طريق التعاون مع الإرهابيين).
هذه الصياغة روجت بالفعل في مصر على أنها معلومة ذكرت في مذكرات وزيرة الخارجية الامريكية سابقاً (هيلاري كلنتون)، ونشرت صحف مصرية عدة هذا الخبر مع التعديل عليه في الصياغة وهي (الرئيس الامريكي باراك أوباما يخطط لإقامة دولة إسلامية في سيناء بالتعاون مع محمد مرسي عام ٢٠١٣م، والمخطط قد اجهض) ، مع الإشارة على أن النص منقول من كتاب مذكرات كلنتون، في حين أن الاقتباس لم يرد في مذكراتها مطلقاً[١] .
إن الرواج للأكاذيب والممزوجة ببعض الحقيقة، أن الرواج والترويج للفكرة الخاطئة والمعلومة المغلوطة هو مرض عام يتواجد في كل المجتمعات تقريباً، يمارس بكل الأساليب وبمختلف الطرق، هدفها الأساسي التمكن من السيطرة والاستيلاء على العقل والقلب، ويصبح تصديق أي أكذوبة وتكذيب أو معلومة صادقة ممكناً بذلك.

(١) أحمد فهمي، مصدر سبق ذكره، ص ١٦٩.

الخاتمة

في ظل المجتمعات البدائية الأولى كانت نظرة الإنسان البدائي للسلطة أو الحاكم بها نوع من هالة التقديس المبالغ فيها، والتي كانت تضعهم بمصاف الالهة أو انصاف آلهة، ولم يكن حينها للرأي العام من وجود أو نفوذ نظراً لغياب الوعي السياسي لدى الناس، لكن مع تطور المعارف والعلوم والفكر السياسي أخذ الرأي العام بالنمو والتطور والتبلور، واسهم التطور التكنولوجي في رفعه لدرجات عليا من التقدم، وهي ظروف ادت إلى تطور الوعي السياسي لدى الجماهير.

فالرأي العام مرتبط بالمجتمع الإنساني أينما وجد، ومما لاشك فيه أن أحداثاً ضخمة في تاريخ البشرية ما كان لها أن تتحقق لولا اجماع كلمة الجماهير حولها، عن طريق ذلك تتضح أهمية الرأي العام في اسهامه في صياغة القوانين والتأثير في السياسات العامة، وتحديد الاولويات في حل المشكلات الاجتماعية، ومساعدة صناع القرار لتنشيط ديناميكياتهم الحركية نظراً لكونه حلقة وسيطة بينهم وبين الشعب.

هذه الأهمية الكبرى والمتزايدة للرأي العام جعلت العديد من الجهات تسعى إلى التحكم وفرض السيطرة عليه لتحقيق اهداف متنوعة، وبأساليب شتى، بدءاً من الهندسة العقلية للأفراد، وانتهاءاً بخداع الرأي العام التقليدي والإلكتروني بالمجمل.

فالتلاعب والخداع هدفه تطويع الشيء وتحويره من مادة ذات شكل معين ومحدد إلى شيء آخر من نفس المادة عموماً، أي أن خداع الرأي العام هي تلك القدرة التي تدفع الفرد والجمهور إلى فعل ما يصبو إليه المتحكم دون ان يشعروا انهم مسيرون أو ضحايا للتلاعب، ففي البدء يحدث التلاعب نفسياً وذهنياً من اجل التحكم وضبط السلوك وفق خطط وقيم اللاعبين بالعقول، لينتج في النهاية سلوكيات تلقائية (فردية وجماعية)، ومن دون وعي لصالح أولئك اللاعبين.

الاستنتاجات

١. إن ممارسة أساليب خداع الرأي العام وتضليله هو أسلوب يمارس في مختلف الانظمة السياسية، الديمقراطية منها والدكتاتورية، ولاسباب عدة متنوعة.
٢. أن أساليب خداع الرأي العام المتعددة قد يتم ممارستها كلها من طرف اللاعبين والمتحكمين بالرأي العام، أو استخدام البعض منها بحسب ما تستدعيه الحالة او القضية بالتعامل، وبالامكان مزج أسلوبين او أكثر في وقت واحد.
٣. إن التضليل والخداع للرأي العام الإلكتروني اصبح رياضة شبه يومية تمارسها السلطات التي تشهد نزاعات ومشكلات متعددة، وبصورة أقل نسبياً على صعيد الرأي العام التقليدي.
٤. إن الخلافات السياسية والمصالح الشخصية وتصفية الخصوم والمعارضين هي ابرز الدوافع المحركة لاستخدام أساليب خداع الرأي العام.
٥. إن وسائل الإعلام التقليدية والحديثة هي الأداة الرئيسية التي يتم توظيفها في أداء أساليب الخداع وهندسة العقل الجمعي للجمهور.
٦. إن الولايات المتحدة الامريكية والكيان الصهيوني هم من اكثر الجهات التي تمارس فنون خداع الرأي العام المحلي والدولي، وهم الورثة الشرعيون للخبرة النازية بهذا المجال.

المصادر والمراجع

١- الكتب

• أحمد فهمي، هندية الجمهور كيف تغير وسائل الاعلام الافكار والتصرفات؟، ط١، مركز البيان للبحوث والدراسات، الرياض، ١٤٢٦ه.
• اكرم فرج الربيعي، الخطاب الإعلامي وتكتيك استعمال مفارقة التورية، ط١، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، ٢٠١٧م.
• ألفت حسين كحلة، علم النفس العصبي، ط١، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، ٢٠١٢م.
• اوستن راني، قنوات السلطة أو تأثير التلفزيون في السياسة الامريكية، ط١، ت\ موسى جعفر، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد.
• بشير زين العابدين، إدارة المشاريع السياسية في عالم عربي متحول، ط١، مركز مشارك، المملكة المتحدة، ٢٠٢٠م.
• زهير عبد اللطيف عابد، الرأي العام وطرق قياسه، ط٣، دار اليازوري، ٢٠١٣م.
• حسن سعد عبد الحميد، حوار الحضارات بين مشروع الهيمنة الأمريكي والأصولية الإسلامية، ط١، دار السنهوري، بيروت، ٢٠١٦م.
• سامية أبو النصر، الاعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة، ط١، دار النشر للجامعات، القاهرة.
• سمير حسن، الرأي العام، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتابة، القاهرة، ١٩٩٧م.
• سناء الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠م.
• صاحب عبد مرزوك الجنابي، علم النفس المعرفي، ط١، دار اليازوري العلمية، ٢٠١٩م.
• عامر حسن فياض، الرأي العام وحقوق الإنسان، ط١، كلية العلوم السياسية ، جامعة بغداد، ٢٠١١م.
• عبد الحليم حمود، كواليس الدعاية الامريكية، ط١، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ٢٠٠٨م.
• فتحي حسين عامر، استطلاعات الرأي العام على الانترنت،ط١، دار العربي

للنشـر والتوزيـع، القاهـرة، ٢٠١٣م.
• فتحـي حسـين عامـر، الـرأي العـام الإلكترونـي، ط١، دار الجامعـات للنشـر والتوزيـع، القاهـرة، ٢٠١٢م.
• فهد بن عبد الرحمن الشيميري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، ط١، الرياض، ٢٠١٠م.
• مـاري د. جونـز، لاري فلاكسـمان، حـروب العقـل تاريـخ سـيطرة الحكومـات والإعـلام والجمعيات السرية على العقل ومراقبتـه وإدارة شؤون النـاس، ت\ نـور الدائـم بابكـر أحمـد، ط١، مكتبـة عبيـكان، ٢٠١٧م.
• محمـد مصطفـى رفعـت، الـرأي العـام فـي الواقـع الافتراضـي وقـوة التعبئـة الافتراضيـة، ط١، العربـي للنشـر والتوزيـع، القاهـرة، ٢٠١٨م.
• محي الدين عبد الحليم، الرأي العام مفهومه وانواعه، ط١، مكتبة الانجلومصرية، القاهرة، ٢٠٠٩م.
• مختار التهامي، عاطف عدلي عبد، الرأي العام، ٢٠٠٥م.
منـال احمد البـارودي، علم استشـراف المستقبل، ط١، المجموعـة العربيـة للتدريب والنشـر، القاهـرة، ٢٠١٩م.

٢- المجلات

• رانيـا مكـرم، التيـار الرئيسـي: الـرأي العـام فـي مراحـل مـا بعـد الثـورات بيـن النظريـة والتطبيق، ملحق مجلـة السياسـة الدوليـة، عـدد\١٨٧\، مجلـد\١٤٧\، مصـر، ٢٠١٢م.
• سعد سلوم، العقل الامريكي تخيل القوة، مجلة النبأ، عدد\٧٧\، بغداد، ٢٠٠٥م.
ظافـر مـراد، التسـويق السياسـي وخـداع الجماهيـر، مجلـة الجيـش، عـدد\٢٨٧، السـنة \١٣٢\، لبنـان، ٢٠١٦م.
• لـؤي مجيد حسـن، الشـائعات وسـقوط الموصـل دراسـة فـي انـواع الشـائعات التـي رافقـت سـقوط المدينـة والاجـراءات الحكوميـة لدحضهـا، مجلـة آداب المسـتنصرية، عـدد\١٧٣\، الجامعـة المسـتنصرية، ٢٠١٦م.
• متعـب الهمـاش، الـرأي العـام الإلكترونـي، مجلـة الأمـن والحيـاة، عـدد\١٣٠٤\، جامعـة نايـف للعلـوم الآمنيـة، الريـاض، ٢٠٠٧م.

٣- المواد المنشورة

نـواف التميمـي، التواصـل السياسـي لـ (كامبريـدج أناليكتـا) : فبركة الأخبار وهندسـة الجمهـور، مـادة منشـورة، مركـز الجزيرة للدراسـات، ٢٠١٨م.

٤- الانترنت

• حسـن سـعد عبـد الحميـد، توطئة فـي دور البعد الرمـزي في السياسـة العامة، المركز الديمقراطـي العربـي، برليـن، ٢٠١٦م، مقالـة منشـورة، .http://democraticac ٣٩٨٨٣=de\?p

• مـراد بـن علـي زريـكات، تأثيـر وسـائل الاتصـال الإلكترونيـة فـي الـرأي العـام، مركـز البحـوث والدراسـات، كليـة الملـك فهـد الأمنيـة، نـدوة الجرائـم الإلكترونيـة الملامـح والأبعـاد، دراسـة متاحـة علـى الرابـط إدنـاه:-http://www.murad zuriekat.com\articles17.html

• Wending Mike (The almost complete history of fake news), on: http://www.bbc.com\news\blogstrendi ng٤٢٧٢٤٣٢٠



ALNahrain Center for



كراس النهرين

يصــدر عـن مركــز النــهرين للدراســات الاســتراتيــجية يســتعرض جمــلة مـن النشـاطات المقامـة في المركز مــن مـؤتــمـرات، ورش عــمل، نــدوات، محــاضــرات، يتـضـمـن البــحــوث والدراســـات والتــقارير والكلمات اضـــافة الــى المناقشـــات والتوصيــات والمقترحــات الـــتي تســفر عنها هذه النــشاطـــات.

www.alnahrain.iq
info@alnahrain.iq